

بهینه سازی الگوی مصرف

به کوشش: سید حسین اسحاقی

بسم الله الرحمن الرحیم

بهینه سازی الگوی مصرف

نویسنده:

حسین اسحاقی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

بهینه سازی الگوی مصرف

مشخصات کتاب

سرشناسه: اسحاقی، سیدحسین، ۱۳۴۱ -

عنوان و نام پدیدآور: بهینه سازی الگوی مصرف/ حسین اسحاقی؛ تهیه کننده مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

مشخصات نشر: قم: دفتر عقل، ۱۳۸۸.

مشخصات ظاهری: ۱۰۳ص.:؛۱۴/۵×۲۱/۵س م.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۶۳-۱۵-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: صرفه جویی

موضوع: صرفه جویی -- ایران

موضوع: صرفه جویی -- جنبه های مذهبی -- اسلام

موضوع: اسراف

موضوع: اسراف -- جنبه های مذهبی -- اسلام

شناسه افزوده: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش های اسلامی

رده بندی کنگره: ۱۳۸۸ ۹ب۴۷الف/۲۵۰/۳۵ BP

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۶۳۲

شماره کتابشناسی ملی: ۱۷۹۶۵۵۲

ص:۱

اشاره

بهینه سازی الگوی مصرف

کد: ۱۴۶۴

به کوشش: سید حسین اسحاقی

ویراستار: جعفر زهیری

تهیه کننده: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

ناشر: دفتر عقل

نوبت چاپ: اول / ۱۳۸۸

شمارگان: ۲۰۰۰

بها: ۱۳۰۰۰ ریال

نشانی: قم، بلوار امین، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

تلفن: ۲۹۱۹۶۷۰ _ ۰۲۵۱ دورنگار : ۲۹۱۵۵۱۰

تهران: جام جم، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیرزمین

تلفن: ۲۲۰۱۴۷۳۸ نمابر: ۲۲۱۶۴۹۹۷

info@irc.ir Emial: _ www.irc.ir

شابک: ۳-۱۵-۵۵۶۳-۶۰۰- ۹۷۸ / ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۶۳-۱۵-۳ :ISBN

فهرست مطالب

ف) مصرف گرایی آفت جامعه اسلامی۲۵

ص) اسراف در آب۲۶

ص:۵

دیباچه

دیباچه

رفتار و تصمیم گیری های افراد، آینه تمام نمای عقاید، اندیشه ها و شیوه نگرش آنها به جهان هستی و ارزش های پسندیده آنهاست و آداب و رسوم، ارزش ها و اندیشه ها، اجزای اصلی تشکیل دهنده فرهنگ هر جامعه هستند. با توجه به این موارد، به نقش فرهنگ در فرآیند تصمیم گیری و اعمال و رفتار اقتصادی افراد جامعه به خوبی پی می بریم.

الگوی صحیح مصرف، به شناسایی نیازهای واقعی و رعایت اعتدال و صرفه جویی در بهره برداری از امکانات می پردازد. جایگاه فرهنگ مصرف در مکتب اهل بیت(ع)، در مناجات امام سجاد(ع) با خدای بزرگ به خوبی نمایان است. ایشان در یکی از دعاهای خود چنین می فرماید:

پروردگارا بر محمد و آل محمد درود فرست و مرا از اسراف و زیاده روی بازدار و به بخشش و میانه روی قوام ده و تنظیم صحیح امور زندگی را به من تعلیم کن و مرا از تباه کردن نعمت ها بازدار.(۱)

اهمیت فرهنگ صحیح مصرف تا آنجاست که اسلام کسانی را که مال خود

۱- صحیفه سجادیه، ترجمه: جواد فاضل، دعای سی ام.

را تلف می کنند، «سفیه» می نامد و از تصرف در اموال خود منع می کند.(۱)

رهبر فرزانه انقلاب نیز جهت اصلاح الگوی مصرف، امسال را با این عنوان نام گذاری کرد. پژوهشگر ارجمند، جناب آقای سیدحسین اسحاقی کوشیده است تا با بهره گیری از آثار مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما از جمله فرهنگ مصرف در اسلام و غرب، اثر مجید نوریان؛ روح جاری طبیعت، بهره وری در اسلام، هسته حیات، اثر حسین بافکار؛ پژوهشی در اسراف، سیدمهدی موسوی؛ الگوی مصرف در اسلام، محمدجمال خلیلیان، فرزند کوثر، دکتر علی نقی امیری و دیگر آثار ره توشه فرهنگ سازان ارجمند را در این راستا فراهم سازد. باشد که مورد استفاده و بهره بردای بهینه قرار گیرد.

انه ولی التوفیق

گروه جامعه شناسی

اداره کل پژوهش

۱- نک: نساء: ۵.

۱. رهنمود های مقام معظم رهبری درباره مصرف گرایی

اشاره

۱. رهنمود های مقام معظم رهبری درباره مصرف گرایی

زیر فصل ها

الف) پیام مقام معظم رهبری در جوار بارگاه امام رضا(ع)

ب) راه مقابله با تبلیغات دشمنان

ج) پرهیز از اسراف کاری، در همه زمان ها

د) الگوی زن مسلمان

ه_) جنبه های گوناگون اسراف

و) دعوت به قناعت

ز) دعوت به زهد

ح) اظهار تأسف از رواج تجمل گرایی

ط) انضباط اقتصادی و مالی

ی) فقدان اخلاق اسلامی

ک) سفارش به صرفه جویی و پرهیز از اسراف

ل) صرفه جویی صحیح

م) رفاه آری، اسراف نه

ن) پرهیز از تجمل گرایی

س) نهی از منکرات اقتصادی و اجتماعی

ع) پرهیز مسئولان از اشرافی گری

ف) مصرف گرایی آفت جامعه اسلامی

ص) اسراف در آب

الف) پیام مقام معظم رهبری در جوار بارگاه امام رضا(ع)

الف) پیام مقام معظم رهبری در جوار بارگاه امام رضا(ع)

«یکی از مصداق های عدالت، مبارزه با فساد مالی و اقتصادی است که بایستی جدی گرفته شود. من سال ها پیش هم این را گفته ام، بارها هم تأکید کرده ام، تلاش های خوبی هم انجام گرفته است و دارد انجام می گیرد، اما مبارزه با فساد، کار دشواری است؛ کاری است که انسان، مخالف پیدا می کند. شایعه درست می کنند، دروغ می گویند و آن کسی که در این میدان جلوتر از دیگران حرکت کند، بیشتر از همه مورد تهاجم قرار می گیرد. این مبارزه هم لازم است و باید انجام بگیرد. خب، کسانی که بخواهند این کارهای بزرگ را چه در زمینه پیشرفت، چه در زمینه عدالت انجام دهند،

بایـد مدیرانی باشـند که به این چیزها معتقد باشـند؛ حقیقتاً عقیده داشـته باشـند که باید عدالت برقرار شود، باید با فساد مبارزه شود. مدیران معتقد و مؤمن به این مبانی که دارای شجاعت باشند، دارای اخلاص باشند، دارای تدبیر و عزم راسخ باشند، قطعاً می توانند این مقاصد و این اغراض عالی الهی را تحقق ببخشند. این مطلب اولی که لازم بود عرض کنم.

یـک اقـدام اساسـی در زمینه همین پیشـرفت و عـدالت، آن مسـئله ای است که من در پیـام نوروزی خطـاب به ملت عزیز ایران عرض کردم و آن، مسئله مبارزه با اسراف، حرکت در سمت اصلاح الگوی مصرف، جلوگیری از ول خرجی ها و تضییع اموال جـامعه اسـت؛ این بسـیار مسـئله مهمی است. البته بـار اولی نیست که مـا این مطلب را مطرح می کنیم. من در همین دیـدار اول سـال، در نوبت هـای متعـددی در همین جـا خطـاب به مردم عزیزمان درباره اسـراف، درباره ول خرجی و تضـییع اموال و لزوم صرفه جویی مطالبی را عرض کردم، اما این مسئله تمام نشده است؛ این مقصود، آنچنان که باید و شاید، برآورده نشده است.

لازم است به عنوان یـک سـیاست، ما مسـئله صـرفه جویی را در خطوط اساسـی برنامه ریزی هایمان در سـطوح مختلف اِعمال کنیم. مردم عزیزمان توجه داشـته باشـند که صرفه جویی به معنای مصرف نکردن نیست؛ صرفه جویی به معنای درست مصرف کردن، به جا مصـرف کردن، ضایع نکردن مال، مصـرف را کارآمد و ثمربخش کردن است. اسراف در اموال و در اقتصاد این است که انسان مال را مصرف کند، بدون اینکه این مصرف اثر و

کارآیی داشته باشد. مصرف بیهوده و مصرف هرز، در حقیقت، هدردادن مال است. جامعه ما باید این مطلب را به عنوان یک شعار همیشگی در مقابل داشته باشد؛ چون وضع جامعه ما از لحاظ مصرف، وضع خوبی نیست.

این را من عرض می کنم: ما باید اعتراف کنیم به این مسئله که عادت های ما، سنت های ما، روش های غلطی که از این و آن یاد گرفته ایم، ما را سوق داده است به زیاده روی در مصرف، به نحو اسراف. یک نسبتی باید در جامعه میان تولید و مصرف وجود داشته باشد، یک نسبت شایسته ای به سود تولید؛ یعنی تولید جامعه همیشه باید بر مصرف جامعه افزایش داشته باشد. جامعه از تولید موجود کشور استفاده کند؛ آنچه زیادی هست، صرف اعتلای کشور شود. امروز در کشور ما این جوری نیست. مصرف ما به نسبت، از تولیدمان بیشتر است؛ این، کشور را به عقب می رساند. این، ضررهای مهم اقتصادی بر ما وارد می کند و جامعه دچار مشکلات اقتصادی می شود. در آیات شریفه قرآن بارها راجع به پرهیز از اسراف در امور اقتصادی تأکید شده؛ این به خاطر همین است. اسراف، هم لطمه اقتصادی می زند، هم لطمه فرهنگی می زند. وقتی جامعه ای دچار بیماری اسراف شد، از لحاظ فرهنگی نیز بر روی او تأثیرهای منفی می گذارد. بنابراین، مسئله صرفه جویی و پرهیز از اسراف، فقط یک مسئله اقتصادی نیست؛ هم اقتصادی است، هم اجتماعی است، هم فرهنگی است. [اسراف] آینده کشور را تهدید می کند.

من یکی دو تا از این آمارهای تکان دهنده را عرض بکنم؛ اسراف در قلم های مهم مصرفی کشور، از جمله اسراف در نان. بر حسب بررسی میدانی

که در تهران و بعضی از مراکز استان ها شده است، گفته می شود که ۳۳ درصدِ نان، ضایعات است. یک سوم همه نانی که در این شهرها تولید می شود، دور ریخته می شود. فکرش را بکنید شما؛ یک سوم! آن وقت کشاورز ما با آن زحمت گندم را تولید کند و اگر یک سالی بارندگی کم بود ــ مثل سال گذشته که تولید گندم در کشور کم شد ــ دولت از پول عمومی، از بودجه مردم گندم از خارج وارد کند، این گندم آرد بشود، خمیر بشود، نان بشود، بعد یک سوم از این همه ثروت دور ریخته شود. چقدر تأسف آور است! متأسفانه این واقعیت دارد، این هست.

در مورد آب بررسی هایی که کرده اند، می گویند تلفات آب در مصرف خانگی تا حدود ۲۲ درصد است. کشور ما کشور پرآبی نیست. حداکثر صرفه جویی را ما مردم ایران در آب باید انجام دهیم. آن وقت این آبی که با این زحمت تولید می شود، از راه های دور آورده می شود، با بهای سنگین سدهایی به وجود می آید، این همه دانش، تجربه و تلاش به کار می رود تا این آب به خانه ما بیاید، بعد در خانه ما ۲۲ درصد از این آب هدر برود.

این فقط مصرف خانگی است؛ مصرف کشت و مصرف صنعت هم یک جور دیگر اسراف هایی دارد. برحسب بررسی هایی که به عنوان آمار در اختیار ماست، ما مجموعاً بیش از دو برابر مصرف متوسط جهان، انرژی ــ چه برق، چه حامل های انرژی ــ مصرف می کنیم؛ یعنی نفت، گاز، گازوییل، بنزین. مصرف این چیزها در کشور ما از دو برابر متوسط جهان بیشتر است. خب، این اسراف است، اسراف نیست؟

شاخصی به نام شاخص «شدت انرژی» وجود دارد؛ یعنی نسبت بین انرژی ای که مصرف می شود، با کالایی که تولید می شود: هرچه انرژی ای که مصرف می شود، کمتر باشد، برای کشور سودمندتر است. در این زمینه گاهی نسبت به بعضی از کشورهای پیشرفته، مصرف شدت انرژی ما هشت برابر بیشتر است. اینها اسراف هایی است که در جامعه دارد انجام می گیرد.

در مصارف گوناگون شخصی و خانوادگی، اسراف فردی صورت می گیرد. تجمل گرایی ها، چشم و هم چشمی ها، هوسرانی افراد خانواده، مرد خانواده، زن خانواده، جوان خانواده، چیزهای غیرلازم خریدن؛ اینها از موارد اسراف است. وسایل تجملات، وسایل آرایش، مبلمان خانه، تزئینات داخل خانه؛ اینها چیزهایی است که ما برای آنها پول صرف می کنیم. پولی که می تواند در تولید مصرف شود، سرمایه گذاری شود، کشور را پیش ببرد، به فقرا کمک کند، ثروت عمومی کشور را زیاد کند، این را ما صرف می کنیم به این چیزهای ناشی شده از هوس، چشم و هم چشمی، آبروداری های خیالی. مسافرت می روند، می آیند، میهمانی درست می کنند ـ گاهی خرج آن میهمانی، از مسافرت مکه ای که رفته اند، بیشتر است! ـ عروسی می گیرند، عزا می گیرند. هزینه ای که برای این میهمانی ها صرف می کنند، هزینه های گزافی است؛ انواع غذاها! چرا؟ چه خبر است؟ در کشور ما هنوز هستند کسانی که از اوّلیات هم محرومند. باید کمک کنیم کشور پیش برود. نمی گوییم پول را بردارید، بروید حتماً انفاق کنید ـ البته اگر انسان انفاق بکند، بهترین کار است ـ اما حتی اگر انفاق هم نکنند، همین پولی که صرف این تجملات می شود، در تولید برای خودشان به کار بیندازند، در

کارخانجات سهیم شوند و تولید کنند، باز برای کشور مفید است. ما به جای این کارها میهمانی درست می کنیم، عزا درست می کنیم، هی رخت و برِ روزبه روز دگرگون برای خودمان درست می کنیم؛ چرا؟ چه لزومی دارد؟ عقلای عالم این کار را نمی کنند. این فقط سخن دین نیست. قرآن می فرماید: «وَ لاتُسْرِفُوا اِنّ اللّهَ لا یُحِبُّ الْمُسْرِفِینَ؛ اسراف نکنید؛ زیرا خداوند اسراف کنندگان را دوست ندارد»، «کُلُوا وَاشْرَبُوا وَ لاتُسْرِفُوا؛ [بخورید، بیاشامید، اما زیاده روی نکنید.] در آیه شریفه دیگر: «کُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ اِذا اَثْمَرَ و اتوا حَقَّهُ یَوْمَ حَصادِهِ وَ لاتُسْرِفُوا اِنّهُ لایُحِبُّ الْمُسْرِفِینَ؛ از میوه آن هنگامی که به ثمر می نشیند، بخورید و حق آن را به هنگام درو بپردازید و اسراف نکنید که خداوند اسراف کنندگان را دوست نمی دارد.» ما بندگان خدا هستیم.

اینها حرف دین است و روایات فراوانی در این زمینه وجود دارد. در روایت دارد که کسی میوه ای را خورد و نیمی از میوه ماند، آن را دور انداخت. امام به او نهیب زد که اسراف کردی؛ چرا انداختی؟ در روایات ما هست که از دانه خرما استفاده کنید؛ تا این حد. خرده های نان را استفاده کنید. آن وقت در هتل ها میهمانی درست کنند و به یک عده ای میهمانی بدهند، بعد هرچه غذا ماند، به بهانه اینکه بهداشتی نیست، توی سطل آشغال بریزند! این مناسب یک جامعه اسلامی است؟ این جوری می شود به عدالت رسید؟

باید خودمان را اصلاح کنیم. باید الگوی مصرف جامعه و کشور اصلاح شود. ما الگوی مصرفمان غلط است. چه جوری بخوریم؟ چه بخوریم؟ چه بپوشیم؟ تلفن همراه توی جیبمان گذاشته ایم؛ به مجرد اینکه یک مدل بالاتر

وارد بازار می شود، این را کأنّه دور می انـدازیم و آن مـدل جدیـد را بایـد بخریم؛ چرا؟ این چه هوس بازی است که ما به آن دچار هستیم.

مسئولان موظفند. اسراف فقط در زمینه فردی نیست؛ در سطح ملی هم اسراف می شود. همین برق و انرژی که گفتیم اسراف می شود، بخش مهمی از این اسراف در اختیار مردم نیست؛ در اختیار مسئولان کشور است. این شبکه های ارتباطاتی، شبکه های انتقال برق، سیم های برق، اینها وقتی فرسوده بشود، برق هدر می رود. برق را تولید کنیم، بعد با این شبکه فرسوده آن را هدر بدهیم که بخش مهمی هدر می رود. یا شبکه های انتقال آب اگر فرسوده باشد، آب هدر می رود. اینها اسراف های ملی است، در سطح ملی است. مسئولان آن، مسئولان کشورند.

اسراف در سطح سازمان هم اتفاق می افتد. رؤسای سازمان های گوناگون مصرف شخصی نمی کنند، اما مصرف بی رویه در مورد سازمان خودشان اتفاق می افتد؛ تجملات اداره، اتاق کار، تزییناتش، سفرهای بیهوده، مبلمان های گوناگون. باید با مراقبت و نظارت، از این کارها جلوگیری کرد.

هم در سطح دولت، هم در سطح آحاد مردم، هم در سطح سازمان ها بایستی نگاه عیب جویانه به اسراف وجود داشته باشد. همان طور که عرض کردیم، با حرف هم تمام نمی شود، باید برنامه ریزی کنند. قوه مقننه و قوه مجریه موظفند به پی گیری. برنامه ریزی کنند، قانون گذاری کنند، قانون را با قاطعیت تمام اجرا کنند. این پیشرفتی که ما در این ده سال خواهیم داشت، بخش مهمی اش مربوط به همین قضیه است.

این صرفه جویی ای [است] که لازم است، از تولید تا مصرف تا بازیافت [رعایت شود، از جمله]: آب را صرفه جویی کنیم؛ یعنی از سدهایمان صیانت کنیم، شبکه های آب رسانی را اصلاح کنیم، آبیاری های باصرفه در کشاورزی را آموزش بدهیم که چه جوری آبیاری بشود. البته این کارها خوشبختانه در این سال ها به میزان زیادی انجام گرفته، اما این کافی نیست؛ باید توسعه پیدا کند. زمینه سازی کنیم برای کاهش مصرف آب خانگی. اینکه گفته می شود از کسانی که مصرف زیاد دارند، مالیات بیشتری گرفته شود، یارانه کمتری به آنها داده شود، حرف بسیار معقولی است، حرف خوبی است. آن کسانی که مصرف کمی دارند، از کمک های دولتی، از کمک های عمومی بهره مند شوند. بعضی ها هستند که به قدری کم آب مصرف می کنند که اگر دولت از آنها پول آب را هم نگیرد، مانعی ندارد. بعضی ها ده برابر آنها، بیست برابر آنها آب مصرف می کنند؛ خب، اینها بایستی هزینه بیشتری بدهند.

در امر نان، تولید گندم خوب، تولید آرد خوب، نگهداری درست، پخت خوب، بعد هم مصرف درست؛ همه اینها لازم است. این مسئله اسراف و صرفه جویی بود، که لازم بود من عرض کنم».(۱)

ب) راه مقابله با تبلیغات دشمنان

ب) راه مقابله با تبلیغات دشمنان

«امروز دشمن چشمش به نقطه حساس اقتصادی است تا بلکه بتوانند این کشور را از لحاظ اقتصادی دچار اختلال کنند. هرچه می توانند، اختلال ایجاد کنند و هرچه هم نمی توانند، در تبلیغاتشان وانمود کنند که اختلال

۱- در اجتماع بزرگ زائران و مجاوران حضرت رضا(ع)، ۱/۱/۱۳۸۸.

هست! این کـاری است که امروز در تبلیغـاتِ دشـمنان مـا، بـا قـدرت و به شـکل هـای مختلف انجـام می گیرد. راه مقـابله هم انضـباط مـالی و صـرفه جویی و نگـاه پرهیزگرانه به مصـرف گرایی است. من این را می خواهم به مردم عزیزمـان تأکیـد کنم: مصـرف گرایی به صورت اسـراف، یکی از بیمـاری هـای خطرناک هر ملتی است. ما یک خرده به این مصـرف گرایی افراطی دچار هستیم».(۱)

ج) پرهیز از اسراف کاری، در همه زمان ها

ج) پرهیز از اسراف کاری، در همه زمان ها

«من به خصوص توصیه می کنم که مردم از اسراف، چه در ایام عید و چه در طول سال آینده و به ویژه در مراسمی که معمولاً در آنها دچار اسـراف می شوند، خودداری کنند. مصـرف بی رویه و زیاد، قاعدتاً از سوی قشـرهای مرفه انجام می گیرد. چون قشـرهای ضـعیف قادر نیسـتند که زیاد مصـرف کنند. مصرفی که از سوی یک قشر انجام می گیرد، به زیان کشور است؛ یعنی هم زیـان اقتصادی، هم زیان اجتماعی و هم زیان روانی و اخلاقی دارد. من مکرر عرض کرده ام، باز هم می گویم و خواهش می کنم که مصرف گرایی را رها کنند. مصرف باید به اندازه باشد، نه به حد اسراف و زیاده روی».(۲)

د) الگوی زن مسلمان

د) الگوی زن مسلمان

«من به خانم های مسـلمان، به خانم های جوان و به خانم های خانه دار عرض می کنم: سـراغ این مصرف گرایی که غرب مثل خوره به جان جوامع دنیا و از

۱- ۲۸/۱۲/۱۳۷۰.

۲- ۲۸/۱۲/۱۳۷۰.

جمله جوامع کشورهای در حال توسعه و کشورهای رو به پیشرفت و از جمله کشور ما انداخته است، نروید. مصرف باید در حد لازم باشد، نه در حد اسراف. خانم ها و کسانی که همسرانشان یا خودشان مسئولیت هایی در بخش های مختلف کشور دارند، باید از لحاظ دوری از اسراف، نسبت به دیگران الگو باشند. باید برای دیگران درس باشند و نشان بدهند که شأن زن مسلمان بالاتر از این حرف هاست که اسیر زر و زیور و طلاآلات و از این قبیل شود.

نمی خواهیم بگوییم اینها حرام است. می خواهیم بگوییم شأن زن مسلمان بالاتر از این است که در دورانی که بسیاری از مردم جامعه ما محتاج کمکند، کسانی بروند پول بدهند طلا بخرند، زینت بخرند، وسایل زندگی رنگارنگ بخرند و در انواع و اقسام روش ها و منش های زندگی، اسراف کنند. اسراف، الگوی زن مسلمان نیست».(۱)

ه_) جنبه های گوناگون اسراف

ه_) جنبه های گوناگون اسراف

«ما مردم مسرفی هستیم. ما اسراف می کنیم؛ اسراف در آب، اسراف در نان، اسراف در وسایل گوناگون و تنقلات، اسراف در بنزین. کشوری که تولیدکننده نفت است، واردکننده فرآورده نفت ـ بنزین ـ است! این تعجب آور نیست؟ هر سال میلیاردها بدهیم بنزین وارد کنیم یا چیزهای دیگری وارد کنیم، برای اینکه بخشی از جمعیت و ملت ما دلشان می خواهد

۱- در دیدار گروهی از بانوان، ۲۵/۹/۱۳۷۱.

ریخت وپاش کنند! این درست است؟ ما ملت، [باید] به عنوان یک عیب ملی به این نگاه کنیم.

اسراف بد است؛ حتی در انفاق راه خدا هم می گویند [بد است.] خدای متعال در قرآن به پیغمبرش می فرماید: «وَ لا تَجْعَلْ یَدَکَ مَغْلُولَةً إِلی عُنُقِکَ وَ لا تَبْسُطْها کُلَّ الْبَسْطِ.» در انفاق برای خدا هم این جوری عمل کن؛ افراط و تفریط نکنید. میانه روی، میانه روی در خرج کردن؛ این را باید ما به صورت یک فرهنگ ملی دربیاوریم. قرآن می فرماید: وَ الَّذینَ إِذا أَنْفَقُوا، کسانی که وقتی می خواهند خرج کنند، لَمْ یُسْرِفُوا وَ لَمْ یَقْتُرُوا؛ نه اسراف می کنند ــ زیاده روی می کنند ــ نه تنگ می گیرند و با فشار بر خودشان، زندگی می کنند.» نه، اسلام این را هم توصیه نمی کند. اسلام نمی گوید که مردم بایستی با ریاضت و زهد آنچنانی زندگی کنند؛ نه، معمولی زندگی کنند، متوسط زندگی کنند».(۱)

و) دعوت به قناعت

و) دعوت به قناعت

«به برادران و خواهران مسلمانمان در سراسر کشور عرض می کنم که موضوع قناعت را جدی بگیرید. منظورم از قناعت این نیست که دست به نعمت های الهی نزنید و از آنها بهره مند نشوید. مقصود این است که حد و اندازه نگه دارید، زیاده روی و اسراف نکنید، نعمت های الهی را ضایع ننمایید ــ که متأسفانه بسیاری، می کنند ــ .

در جمهوری اسلامی، کسانی هستند که دستشان به نعمت های الهی نمی رسد، نه به خاطر اینکه کم داریم، به خاطر اینکه بسیاری به خودشان

۱- خطبه های نماز عید سعید فطر، ۲۱/۷/۱۳۸۶.

حق می دهند که نعمت های الهی را بی حساب و کتاب مصرف کنند، بی اندازه مصرف کنند، هیچ ملاحظه ای نکنند، هیچ حدی نگه ندارند و حتی نعمت های الهی را ضایع کنند. چقدر نان ضایع می شود، چقدر غذای طبخ شده ضایع می شود، چقدر میوه مصرف نشده ضایع می شود و از خانه ها بیرون ریخته می شود، چقدر لباس زیادتر از اندازه لازم _ چند برابر اندازه لازم _ خریداری می شود و در خانه ها و صندوق ها می ماند، برای اینکه یک بار در مراسمی پوشیده شود؟ اینها اسراف است.

می خواهم این مطلب را ملت عزیزمان بدانند که اسراف، فعل حرام است، گناه است، خلاف شرع است. آنجایی که اسراف باشد و اسراف مال و اسراف نعمت های الهی انجام گیرد، تضییع و تلف کردن نعمت است. تصمیم بگیرید این کار را نکنید. البته خانواده های کم درآمد، شاید وسعشان هم نرسد که بخواهند اسراف کنند، اما خانواده های پردرآمد و حتی بسیاری از خانواده های متوسط، متأسفانه، اسراف می کنند. من این جمله را عرض کردم، بر آن تأکید و پافشاری می کنم و خواهشمندم که ملت عزیزمان، این سخن را مورد توجه قرار دهند، به آن اهمیت بدهند، برای آن حسابی باز کنند و سعی شان بر اسراف نکردن باشد».(۱)

«من آنچه را می خواهم در این برهه عرض کنم، این است که ملت عزیز، جداً از اسراف و زیاده روی پرهیز کنند. ما حق نداریم به عنوان یک ملت، مصالح بزرگ و ملی و دورنگر _ بلکه مصالح نقد مهم و کنونی _ خود را، به خاطر خواسته های شخصی خودمان _ که ما را به اسراف و بی بندوباری در

۱- خطبه های نماز عید سعید فطر، ۴/۱/۱۳۷۲.

مصرف می کشاند _ فدا کنیم و آنها را ندیده بگیریم! همه باید مسئله صرفه جویی را جدی بگیرند.

عزیزان من! ملت ایران را به ریاضت دعوت نمی کنم. بحمدالله ما احتیاجی به این نداریم که ملت خودمان را به ریاضت دعوت کنیم. فضای غم آلود ریاضت، از زندگی این مردم دور باد! من مردم را به قناعت دعوت می کنم؛ قناعت سرافرازانه، قناعت انسان عاقل و خردمندی که می داند آینده خود را با قناعت تأمین می کند، و زندگی و روال اقتصادی کشور را تسهیل و به مسئولان کمک می کند که بتوانند تدابیر صحیح را در کار اداره مملکت، اعمال کنند».(۱)

«ببینید اسراف چه کار می کند! اسراف در نان، اسراف در آب، اسراف در برق، اسراف در مصالح ساختمانی، اسراف در انواع و اقسام کالاهای گوناگون، اسراف در اسباب بازی بچه و در وسایل تجملاتی!

عزیزان من! این اسراف، همان کاری را با کشور می کند که دشمن می خواهد! او از آن طرف به وسیله نفت، به وسیله تحریم اقتصادی و انواع و اقسام ضربه ها، بر ملت ایران ضربه وارد می کند، از این طرف هم خود ما با اسراف و صرفه جویی نکردن، ضربه او را تکمیل می کنیم! حرف من این است.

من در پیام گفتم که مردم را به ریاضت اقتصادی دعوت نمی کنم، ابدا! چه ریاضتی؟ بحمدالله ملت ما احتیاج به ریاضت ندارد. من آنها را به قناعت، به صرفه جویی و به اسراف نکردن دعوت می کنم. اسراف حرام

۱- پیام مقام معظم رهبری به ملت شریف ایران به مناسبت حلول سال نو. ۲۸/۱۲/۱۳۷۶.

است. این هم نمی شود که من و شما مرتب دیگران را نصیحت کنیم. همه باید سعی کنند که اسراف را از زندگی خودشان، از زندگی شخصی و از زندگی کاری خود دور کنند».(۱)

ز) دعوت به زهد

ز) دعوت به زهد

«ما باید به سمت زهد حرکت بکنیم. نمی گوییم هم زهدهای آنچنانی که متعلق به اولیاءالله است؛ نه، مسئولان درجه یک، مسئولان درجه دو، تا آن مسئولان درجات بعد هم باید در حد خود زهد داشته باشند، بعد هم به عامه مردم می رسد. عامه مردم هم نباید اسراف و تجمل گرایی بکنند. این طور نیست که زهد فقط مخصوص مسئولان باشد. این مهریه های گران قیمت که برای عقدهای دخترهایشان می گذارند، خطاست. نمی گویم حرام است، اما پدیده بد و زشتی در جامعه است؛ زیرا ارزش های انسانی را تحت الشعاع ارزش طلا و پول قرار می دهد».(۲)

ح) اظهار تأسف از رواج تجمل گرایی

ح) اظهار تأسف از رواج تجمل گرایی

«این جانب از اینکه کسانی می کوشند تا در میان مردم ما رسم تجمل گرایی و اسراف و ول خرجی را شایع کنند، شدیداً نگران و متأسفم، و از اینکه مردم فداکار و انقلابی ایران در امور شخصی به مصرف گرایی سوق داده شوند و قناعت انقلابی را از یاد ببرند، به خدا پناه می برم».(۳)

ط) انضباط اقتصادی و مالی

ط) انضباط اقتصادی و مالی

۱- صحن مطهر امام رضا(ع)، ۱/۱/۱۳۷۷.

۲- ۲۶/۱/۱۳۷۰.

۳- ۲/۹/۱۳۶۸.

«... توصیه دوم چیزی است که آن هم برای جامعه ما بسیار مهم است؛ انضباط اقتصادی و مالی. من این را از ملت و مسئولان کشور و مأموران دولت و آحاد ملت، امسال تقاضا دارم. انضباط اقتصادی و مالی یعنی مقابله با ریخت وپاش، زیاده روی، اسراف. ریخت وپاش مالی و زیاده روی در خرج کردن و زیاده روی در مصرف کردن به هیچ وجه صفت خوبی نیست. نه اسمش جود و سخاست و نه کرم و بزرگ منشی است. فقط اسمش بی انضباطی اقتصادی و مالی است. این کسانی که بی خود خرج می کنند، زیادی خرج می کنند و زیادی برای خودشان مصرف می کنند، رعایت موجودی جامعه را از لحاظ امکانات اقتصادی نمی کنند؛ اینها انسان هایی هستند که از نظر من بی انضباط از لحاظ امکانات اقتصادی و مالی هستند. این ملت کارش مشکل خواهد شد.

... باید به قدر نیاز و حاجت خرج و مصرف کرد. به خصوص آن کسانی که اموال عمومی را مصرف می کنند. کسانی هم اموال خودشان را مصرف می کنند، این مطلب خطاب به آنها هم هست، آنها هم زیادی مصرف می کنند، بعضی پولدارند. حالا درآمدی ان شاءالله از راه حلال [دارند] ـ و آنها که از راه حرام باشد، وضعشان بدتر است ـ ولو کسانی که از راه حلال درآمدی را به دست آورده باشند، اگر در خرج کردن و وضع زندگی و تجملات بیهوده و بی جا، در ریخت وپاش ها و در اعیان منشی و در این امور اسراف کنند، بی انضباطی مالی و اقتصادی انجام داده اند، این اسمش ریخت وپاش است و ریخت وپاش بد است. این، زندگی دیگران را از لحاظ روانی مختل می کند و امکانات زندگی و اقتصادی را بیخود به هدر می دهد».(۱)

۱- پیام نوروزی سال ۱۳۷۴، ۲۹/۱۲/۱۳۷۳.

ی) فقدان اخلاق اسلامی

ی) فقدان اخلاق اسلامی

«در جامعه ای که تلاش [ناشایست] و بد عمل کردن با محرومان و بی اعتنا بودن به آنان نباشد، مال مردم خوردن وجود نداشته باشد، اگر خلقیات اسلامی ــ همان چیزهایی که در اسلام برای یک انسان فضیلت است، همان چیزهایی که به تعبیر روایات، جنود عقل است ــ رواج پیدا کند، مردم اهل صبر و استقامت باشند، اهل توکل و تواضع و حلم باشند، به یکدیگر بدبین نباشند، به احوال یکدیگر بی توجه نباشند، نسبت به سرنوشت جامعه قناعت وجود داشته باشد، زیاده روی و اسراف و ریخت وپاش و این چیزها نباشد، اگر حرص و افزون طلبی در امور مادی نباشد، این جامعه به بهشت و گلستان تبدیل می شود. گرفتاری امروز مردم دنیا، حتی کشورهای ثروتمند و پیشرفته، این چیزهاست. تهی دستی از اخلاقیات است که انسانیت را امروز در دنیا پریشان کرده است».(۱)

ک) سفارش به صرفه جویی و پرهیز از اسراف

ک) سفارش به صرفه جویی و پرهیز از اسراف

«من می خواهم به مردم عزیزمان عرض بکنم که امسال همه سعی کنند، اسراف را کنار بگذارند. متأسفانه در زندگی های ما اسراف وجود دارد. اسراف، یعنی تضییع نعمت الهی. یعنی نشناختن قدر نعمت الهی. البته بیشتر مخاطب ما در این سخن، افراد متمکنند. افرادی که تهی دست یا متوسطند، به نظر می رسد که اینها کمتر اسراف می کنند، اگرچه در بین اینها هم بعضاً

۱- پیام نوروزی سال ۱۳۷۶، ۲۹/۱۲/۱۳۷۵.

اسراف هست؛ کنار گذاشتن اسراف در چیزهایی که به نظر کوچک می آید، مثل اسراف در مصرف بی رویه آب.

... ما وظیفه داریم که خود را بر طبق آنچه دین از ما خواسته است و عقل سلیم از ما می طلبد، تنظیم کنیم. اسراف در آب، اسراف در نان، اسراف در مواد غذایی، اسراف در وسایل زندگی، زیاده روی، زیاد خریدن، زیاد مصرف کردن، دور ریختن چیزهایی که قابل استفاده است؛ اینها تضییع نعمت خداست.

... در همه امور ما باید به صرفه جویی عادت بکنیم. صرفه جویی، یعنی آن چیزی را که قابل استفاده است و می توانیم از آن استفاده کنیم، استفاده کنیم. نسبت به امکانات، با هوس رفتار نکنیم. دائماً چیزهای ماندگار را نو کردن، چیزهای ضایع نشدنی را دور ریختن، روش درستی نیست. به نظر من باید مسئولان کشور، راه صرفه جویی و مقابله با اسراف را به مردم یاد بدهند. من به صورت کلی این را عرض می کنم، خود مسئولان دولتی هم باید اسراف نکنند. اسراف مسئولان دولتی، از اسراف مردم عادی مضرتر است؛ زیرا این، اسراف در بیت المال است».(۱)

ل) صرفه جویی صحیح

ل) صرفه جویی صحیح

«به ملت ایران عرض کردم که صرفه جویی را شعار خودتان قرار بدهید. صرفه جویی، به معنای گدابازی نیست که بعضی بگویند چرا نمی گذارید مردم از نعمت های خدا استفاده کنند. نه، استفاده کنند، ولی اسراف و زیاده روی نکنند. اسراف در جامعه، لازمه اشرافی گری و تقسیم نابرابر ثروت

۱- پیام نوروزی سال ۱۳۷۶، ۲۹/۱۲/۱۳۷۵.

و مایه تضییع اموال عمومی و نعمت الهی است. صرفه جویی صحیح ــ همان که در اسلام به آن قناعت می گویند ــ به معنای نخوردن نیست، به معنای زیاده روی نکردن، مال خدا را حرام نکردن، نعمت الهی را ضایع نکردن است. اگر جامعه ای بخواهد قناعت و صرفه جویی را ــ که یک دستور اسلامی است ــ عمل بکند، باید متوجه باشد که در شکل کلی باید به عدالت اجتماعی و مسئله عدالت پرداخته شود.

برای اینکه بشود این راه را ادامه داد، همه و همه باید کوشش کنند، حالا ـ که بحمدالله کشور در راه سازندگی حرکت می کند، از عدالت غفلت نکنند و میدان برای سوءاستفاده کنندگان باز نشود».(۱)

م) رفاه آری، اسراف نه

م) رفاه آری، اسراف نه

«عزیزان من! یک ملت حق دارد با رفاه زندگی کند، حق دارد خوش بگذراند، حق دارد از انواع نعم الهی استفاده کند. در این شکی نیست. همه قشرهای یک ملت هم بایستی بتوانند استفاده کنند، لیکن حتی در مواقعی که یک دولت و یک ملت، برخوردار از درآمد هم هستند، اسراف مضر و مذموم و شرعاً حرام است، چه برسد آن وقتی که درآمد یک کشور به طور موقت کم می شود... . خطاب من در درجه اول متوجه کسانی است که متمکنین کشورند، دستشان به دهانشان می رسد و می توانند خرج کنند، می توانند گوشت، مواد غذایی، امکانات زندگی، محصولات مدرن، انواع و اقسام وسایل برقی و ماشین های گران قیمت تهیه کنند. «چو دخلت نیست، خرج آهسته تر کن». نگو من دخل دارم، اینجا دخل شخصی ملاک نیست، دخل

۱- مشهد مقدس، ۱/۱/۱۳۷۶.

کشور ملاک است. وقتی یک ملت مقداری درآمدش کم می شود، باید ملاحظه کنند... .

لازم است به مسئله قناعت _ به معنای اسراف نکردن _ اهمیت بدهند؛ اسراف نکردن در مواد غذایی. چقدر مواد غذایی زاید دور ریخته می شود. حتی اسراف نکردن در مواد دارویی. چقدر مواد دارویی غیرلازم خریده می شود و به خانه ها برده می شود و بدون مصرف باقی می ماند. مواد اولیه یا خود دارو را باید از خارج بخرند و بیاورند، یا در داخل باید با زحمت درست کنند. اینها ثروت و سرمایه مملکت است و از دست می رود...».(۱)

ن) پرهیز از تجمل گرایی

ن) پرهیز از تجمل گرایی

«سال هاست که بنده درباره زندگی تشریفاتی مکرر تذکر می دهم. این دو جنبه دارد: یک جنبه از لحاظ اصل پای بندی به تجملات و تشریفات است، که این بد و دون شأن انسان والاست، یعنی یک وقت انسان به یک چیز غیرلازم پای بند می شود که دون شأن انسان است. به علاوه، مسرفانه است، تضییع سرمایه ها، تضییع اموال و تضییع موجودی ها در آن هست. این یک بُعد قضیه است که اصل اسراف بد است. اصل تجمل، همراه با اسراف و همراه با زیاده روی است و بد است. جنبه دومی هم دارد که اهمیتش کمتر از جنبه اول نیست و آن، انعکاس تجمل شما در زندگی مردم است. بعضی ها از این غفلت می کنند. وقتی شما جلوی چشم مردم، وضع اتاق و دفتر و محیط کار و محیط زندگی را آنچنانی

۱- خطبه های نماز جمعه تهران، ۴/۱۰/۱۳۷۷.

می کنید، این یک درس عملی است و هرکسی این را می بیند، بر او اثر می گذارد حداقل این را باید رعایت کرد.

فضـا را فضـای تجملاـتی و تجمـل گرایی و عـادت کردن به تجمـل قرار نـدهیم؛ چون امروز اگر این روحیه تجمـل گرایی در جامعه ما رواج پیدا بکند ــ که متأسـفانه تا میزان زیادی هم رواج پیدا کرده است ــ بسـیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی و اخلاقی کشور اصلاً حل نخواهد شد».(۱)

س) نهی از منکرات اقتصادی و اجتماعی

س) نهی از منکرات اقتصادی و اجتماعی

«منکراتی که در سطح جامعه وجود دارد و می شود از آنها نهی کرد و باید نهی کرد، از جمله اینهاست: اتلاف منابع عمومی، اتلاـف منـابع حیـاتی، اتلاـف برق، اتلاـف وسایـل سوخت، اتلاف مواد غـذایی، اسـراف در آب و اسـراف در نان. ما این همه ضایعـات نـان داریم. اصـلاً این یـک منکر است. یک منکر دینی است. یک منکر اقتصادی و اجتماعی است. نهی از این منکر هم لازم است. هرکسـی به هر طریقی که می توانـد؛ یک مسـئول یک طور می تواند، یک مشتری نانوایی یک طور می تواند، یک کارگر نانوایی طور دیگر می تواند».(۲)

ع) پرهیز مسئولان از اشرافی گری

ع) پرهیز مسئولان از اشرافی گری

«از جمله چیزهایی که رونـد حرکت به سـمت عدالت را در جامعه کند می کند، نمود اشـرافی گری در مسـئولان بالای کشور اسـت، از این اجتنـاب کنیـد. اشـرافی گری دو عیب دارد؛ عیب دومش از عیب اولش بزرگ تر است. عیب اول اشـرافی گری، اسراف است؛ اشرافی گری حلال را می گوییم، یعنی آن چیزی که

۱- دیدار با کارگزاران نظام، ۴/۱۰/۱۳۷۸.

۲- ۲۵/۹/۱۳۷۹.

پولش از راه حلال و به حق به دست آمده. اما عیب دوم بدتر است و آن این است که فرهنگ سازی می کند؛ یعنی چیزی برای مسابقه دادن همه درست می کند. البته در این زمینه مسئولان درجه یک خیلی نقش دارند، تلویزیون خیلی نقش دارد، منش من و شما خیلی نقش دارد».(۱)

ف) مصرف گرایی آفت جامعه اسلامی

ف) مصرف گرایی آفت جامعه اسلامی

«مصرف گرایی برای جامعه بلای بزرگی است. اسراف روز به روز شکاف های طبقاتی و شکاف بین فقیر و غنی را بیشتر و عمیق تر می کند. یکی از چیزهایی که لازم است مردم برای خود وظیفه بدانند، اجتناب از اسراف است. دستگاه های مسئول بخش های مختلف دولتی، به خصوص دستگاه های تبلیغاتی و فرهنگی ــ به ویژه صدا و سیما ــ باید وظیفه خود بدانند، مردم را نه فقط به اسراف و مصرف گرایی و تجمل گرایی سوق ندهند، بلکه در جهت عکس، مردم را به سمت قناعت، اکتفا و به اندازه لازم مصرف کردن و اجتناب از زیاده روی و اسراف دعوت کنند و سوق بدهند.

مصرف گرایی، جامعه را از پای درمی آورد. جامعه ای که مصرف آن از تولیدش بیشتر باشد، در میدان های مختلف شکست خواهد خورد. ما باید عادت کنیم، مصرف خود را تعدیل و کم کنیم و از زیادی ها بزنیم.

۱- در دیدار رئیس جمهور و اعضای هیئت دولت، ۵/۶/۱۳۸۰.

جوان ها اجتماعات خانوادگی تشکیل بدهند و کمک های افراد خانواده را جمع کنند و در درجه اول به مصرف فقرا و نادارهای همان خانواده و فامیل برسانند و اگر نیازی نبود، به فقرای دیگر رسیدگی کنند.

امروز در جامعه ما فقر وجود دارد. وظیفه ما به عنوان نظام اسلامی، ریشه کن کردن فقر در جامعه است. باید در جامعه محرومیت نباشد؛ این تکلیف ماست به عنوان دولت، به عنوان نظام اسلامی، به عنوان آحاد مردم. «کُلُّکُم راعٍ وَ کُلُّکُم مَسئولٌ عَنْ رَعیَّتِه» این وظیفه همه است. هر کدام به نحوی تجمل و اسراف و زیاده روی را کم کنیم، این درس ماه رمضان است؛ این کار، همت و گذشت و بصیرت و آگاهی می خواهد. از خدای متعال کمک بخواهیم».(۱)

ص) اسراف در آب

ص) اسراف در آب

«یکی از موارد اسراف، اسراف در آب است؛ نه فقط آبی که مصرف شُرب در خانه ها می شود، نوع آبیاری کشاورزی ما هم یک نوع مسرفانه است و آب را هدر می دهیم. وظیفه مسئولان و دست اندرکاران این بخش است که به این مسئله به طور ویژه توجه کنند. پس به مسئله اسراف ــ هم در مورد آب و هم در دیگر موارد ــ باید با اهمیت نگاه کنند».(۲)

۱- خطبه های نماز عید فطر، ۱۵/۹/۱۳۸۱.

۲- سخنرانی ۱۱/۲/۱۳۸۷.

۲. ترویج فرهنگ مصرفی و تبلیغات غرب (محمدجمال خلیلیان)

۲. ترویج فرهنگ مصرفی و تبلیغات غرب(۱)(محمدجمال خلیلیان)

عوامل و زمینه های بسیاری در پیدایش الگوی مصرف برای یک خانواده و در سطحی وسیع، برای یک جامعه تأثیرگذارند. آیا علت ایجاد این الگو، نیازهای واقعی و اندیشه ها و ارزش های پذیرفته جامعه بوده است یا همسایگان، دوستان، خویشان و تبلیغات رسانه ها سازنده این الگوی ویژه برای جامعه است؟ مهم تر آنکه آیا این الگوی ویژه بر اساس شرایط حاکم بر آن جامعه شکل گرفته است یا دیگر کشورها با اِعمال ترفندهای تبلیغاتی و سیاسی، آن را بر جامعه تحمیل کرده اند؟

کشورهای استکباری همواره می کوشند برای رسیدن به هدف های استعماری و حفظ تسلط خود بر ملت های مستضعف، الگوهایی به مردم دهند که به جای استفاده صحیح و معقول از سرمایه های خود، روحیه اشرافی گری و رفاه طلبی و احساس نیاز به مصرف کالاهای مرغوب و تجملاتی را در آنها ایجاد کنند و آنها را به سوی تنوع طلبی سوق دهند،

۱- الگوی مصرف در اسلام، صص ۳۱ _ ۳۴.

به گونه ای که تنها، اشراف و رفاه مندان را سعادتمند و خوشبخت بدانند. در این راستا، رادیو و تلویزیون، مجله ها، روزنامه ها، سینماها و دیگر ابزار تبلیغاتی را به خدمت گرفته اند و همواره می کوشند خود را دوست و خیرخواه ملت های ضعیف جلوه دهند و هدف های ناروای خود را در پس این پرده مخفی کنند. با این حال، افراد بصیر و آگاه با نگاه نافذ خود همواره مقاصد پلید آنان را می دانند و دشمنی عمیق و پایان ناپذیر آنها را با اسلام و مسلمانان و ملت های ضعیف درک می کنند.

مهم ترین مشکل فرهنگی کشورهای جهان سوم، خودباختگی در برابر غربیان است. جوامع در حال توسعه، غرب را دل سوز و خیرخواه خود می پندارند و فکر می کنند تقلید همه جانبه از آنها، از جمله در الگوی مصرف، ضامن پیشرفت و رشد آنهاست، حال آنکه قرآن کریم در آیات گوناگون درباره دوستی با کفار هشدار می دهد.(۱)

الگوی پیشنهادی غرب برای مصرف ملت های زیر سلطه خود، بر سه پایه استوار است:

۱. بهره وری هرچه بیشتر؛

۲. ایجاد رقابت و مسابقه در مصرف؛

۳. تجمل گرایی و تشریفات.

آنها با تبلیغ و تحمیل این الگو، منافع مادی و معنوی کشورهای زیر سلطه را تعقیب می کنند.(۲) آنچه از نظر اسلام، پذیرفته نیست، جامعه مصرفی

۱- نک: آل عمران: ۱۸.

۲- سیدمهدی موسوی، پژوهشی در اسراف یا آفت سرمایه ها، ص۸۷.

به معنای رایج آن است که انسان ها را فقط به نیازهای مادی و شخصی وابسته و محدود می کند، به گونه ای که برای رسیدن به آن هرگونه ارزشی را فدا کنند. این امر نه تنها از نگاه مکتبی و معنوی، ناپسند است، بلکه از جنبه اقتصادی نیز مشکلات فراوانی را به دنبال دارد. یکی از این پی آمدها، گسترش فقر و بی عدالتی در توزیع درآمد و ثروت و در پی آن، شکاف عمیق طبقاتی، میان مردم است که امروزه برخی از جوامع توسعه یافته غربی نیز گرفتار آن هستند.

بسیاری از افراد جامعه تحت تأثیر رفتار مصرفی خانواده های پردرآمدی هستند که هدف اصلی آنان برای زندگی، رفع نیازهای اشباع ناپذیر مادی است. به همین دلیل، گاهی این الگو برای طبقات کم درآمد نیز به صورت یک ارزش درمی آید و چنین برخوردی، سطح مصرف و نوع آن را در کل جامعه تغییر می دهد و همواره هزینه های زایدی را بر جامعه تحمیل می کند. برای نمونه، در کدام برنامه برای مصرف خصوصی، رشدی معادل ۵/۴ درصد پیش بینی شده بود، ولی این رشد در سه سال اول اجرای برنامه، به ۵/۹ درصد رسید.(۱)

مناسب ترین راه برای تصحیح الگوی مصرف جامعه، ترویج فرهنگ اصیل اسلام در مورد مصرف و تقویت ارزش های معنوی در جامعه است. با مروّجان فرهنگ مصرفی بیگانه نیز باید معقولانه و منطقی برخورد کرد تا برای همگان روشن شود که زندگی شرافت مندانه و رسیدن به ارزش ها و کمالات والای انسانی، همراه با ساده زیستی، قناعت و صرفه جویی، بهتر از

۱- کیهان، ۳/ ۶/۱۳۷۱.

احساس فقر و محروم ماندن همیشگی و خودباختگی در مقابل دیگران برای فراهم آوردن یک زندگی تجملاتی است.

با گسترش فرهنگ اسلامی، افراد هزینه های مصرفی خود را به ترتیب اولویت، طبقه بندی و نوع و میزان مصرف خود را به گونه ای تنظیم می کنند که آنها را در رسیدن به هدف های معنوی و انسانی یاری دهد و مانع حرکت آنها نشود. در نتیجه، هیچ گاه دچار رفاه زدگی و تجمل پرستی نمی شوند و برای رسیدن به هدف های کلان جامعه، آینده نگری و کسب اطلاعات لازم را در نظر می گیرند تا نیازهای خود را از بهترین و کم هزینه ترین راه ممکن برطرف کنند. در این گونه جوامع، افراد همواره به هزینه های آینده زندگی در زمینه های آموزش، بهداشت، درمان و تأمین آینده فرزندان خود توجه دارند و به طور کلی از هرگونه استفاده و بهره وری که عنوان مصرف زدگی، تشریفاتی و اسراف و تبذیر داشته باشد، می پرهیزند و خود را به رعایت این امور در تمام حالات حتی مراسم ها و جشن ها ملزم می دانند.(۱)

بنابراین، مهم ترین و مؤثرترین راه کنترل و هدایت مصرف، ایجاد انگیزه های مثبت برای مصارف خاص یا ایجاد انگیزه های منفی برای جلوگیری از مصارف مورد نظر است. تأثیر این راه، در مقایسه با محدودیت های قانونی و اجباری، بیشتر و اجرای آن آسان تر و کم هزینه تر است. البته اجرای آن به زمان نیاز دارد و اثرش هرچند بادوام تر و شیوه ای

۱- ابراهیم رزاقی، «جست وجوی الگوی مصرف مناسب برای خانوار»، اطلاعات، ۱۳/۱/۱۳۷۳، ص ۷۵.

اساسی و زیربنایی است، ولی به سرعت اجرا نمی شود. بنابراین، شیوه های دیگری نیز به شرح زیر پیشنهاد می شود:

۱. تولید انبوه کالاهایی که مصرف کننده آن، بیشتر افراد کم درآمد جامعه هستند؛ مانند خوراک، پوشاک و خانه های ارزان قیمت، با دخالت مستقیم یا غیرمستقیم دولت و هدایت بخش خصوصی در جهت تولید آنها.

۲. گرفتن مالیات بیشتر از بخش خصوصی؛ زیرا درآمدهای بالایی دارند و نسبت به دیگران، از امکانات و مزایای دولتی بیشتری برخوردارند. با این کار، هزینه های دولت بدون نیاز به وام های بانکی، پرداخت و از اسراف، زیاده روی و تجمل گرایی جلوگیری می شود.

۳. با توجه به اینکه بیش از پنجاه درصد از کارمندان کشور دارای حقوق ماهیانه هستند و قدرت خرید این گروه به میزان تورم وابسته است، کنترل تورم و افزایش متناسب حقوق، آنان را در انتخاب الگوی صحیح مصرف یاری می کند.

۴. نظارت بر وضع مالی دولتمردان و الگوی مصرف آنان در زندگی، تشویق آنان به ساده زیستی و جلوگیری از مصرف کالاهای تجملاتی در نهادهای دولتی.

۵. استفاده از ابزار گمرکی و نرخ ارز دوگانه برای محدود کردن مصرف کالاهای وارداتی و مجبور کردن خانواده های ثروتمند به پرداخت هزینه واقعی کالاها.

۶. انجام پژوهش های لازم و ضروری در مورد الگوی مصرف مناسب برای خانواده ها و آموزش گسترده آن با استفاده از تمام ابزارهای تبلیغی و

آموزشی.(۱)

۱- ابراهیم رزاقی، «پیشنهاداتی در زمینه الگوی مصرف مناسب در کشور»، اطلاعات، ۱/۴/۱۳۷۳، ص ۱۰.

۳. ویژگی های الگوی مصرف اسلامی (محمدجمال خلیلیان)

اشاره

۳. ویژگی های الگوی مصرف اسلامی (۱) (محمدجمال خلیلیان)

این بحث را می توان در دو سطح فردی و اجتماعی بررسی کرد. در این نوشتار بر جنبه دوم متمرکز می شویم.

از آنجا که حکومت پهلوی از نظر سیاسی به کشورهای صنعتی غرب و امریکا وابسته بود و همواره در زمینه های مختلف، در جهت تأمین منافع سیاسی و اقتصادی آن کشورها گام برمی داشت، الگوی مصرف و تولید کشور با توجه به خواست آنان تنظیم و از نظر مالی، بر درآمد نفت وابسته شد. در نتیجه، روحیه تلاش در زمینه تولیدِ خلاقانه و مبتکرانه، روز به روز ضعیف تر گشت و مشارکت مردم در صحنه های تصمیم گیری و سازندگی کشور در اواخر حکومت پهلوی به پایین ترین میزان خود رسید.

طرف های تجاری ایران، پیش از انقلاب، کشورهایی چون آلمان غربی، ژاپن، امریکا، انگلستان و ایتالیا بودند و این روند با توجه به ساختار اقتصادی و تداوم الگوی مصرف و تولید وابسته، پس از انقلاب نیز ادامه

۱- برگرفته از: الگوی مصرف در اسلام، صص ۳۵ _ ۴۵.

یافت و تنها امریکا از فهرست صادرکنندگان مستقیم کالا به کشور حذف شد.

در حال حاضر، با توجه به این وضعیت، شرط اصلی موفقیت هر طرح و برنامه ای در جهت اصلاح ساختار اقتصادی و الگوی تولید و مصرف جامعه، خواست و اراده فرد فرد جامعه و مشارکت عمومی در اجرای آن است. گام نخست به منظور تحقق این هدف، بررسی ویژگی های الگوی مناسب مصرف از نظر اسلام است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می کنیم:

الف) رعایت اعتدال و میانه روی در هزینه ها

الف) رعایت اعتدال و میانه روی در هزینه ها

میانه روی در مسائل مالی، آن است که هیچ گونه اسراف در آن نباشد و از سوی دیگر، به حد سخت گیری هم نرسد. البته این حدّ، برای افراد مختلف، با توجه به شأن و جایگاه اجتماعی آنان متفاوت است، ولی خروج از آن حتی در امر انفاق نیز جایز نیست. خداوند متعال، یکی از صفات بندگان صالح خود را چنین بیان می کند:

آنها کسانی هستند که به هنگام انفاق زیاده روی نمی کنند و به سخت گیری نیز مبتلا نمی گردند، بلکه راه اعتدال و میانه ای را انتخاب می کنند.(۱)

در جای دیگر بر رعایت اعتدال و میانه روی در انفاق و زندگی چنین تأکید می کند که نه دست خویش را از روی بخل به گردن ببند و نه به سخاوت یکباره بگشای؛ که در هر حال، ملامت زده و حسرت خورده بنشینی.(۲) رعایت اعتدال در هزینه زندگی، از دیدگاه پیشوایان معصوم، باعث

۱- نک: فرقان: ۶۷.

۲- نک: اسراء: ۲۹.

جلوگیری از فقر و تنگ دستی،(۱) ایجاد خیر و برکت،(۲) فزونی مال و ثروت،(۳) بقای نعمت(۴) و بی نیازی و محبوب شدن در درگاه الهی می گردد.(۵)

حضرت علی(ع) درباره اعتدال و میانه روی در زندگی می فرماید:

ای انسان! اگر از دنیا به اندازه رفع نیاز بخواهی، کمترین درآمد هم تو را بس است و اگر طالب زندگی پرخرج و بیش از حد کفایت باشی، تمام دنیا تو را کافی نخواهد بود.(۶)

با رعایت میانه روی در زندگی، شخص می تواند مقداری از مصرف را برای حوادث و خطرات احتمالی زندگی پس انداز کند و در مواردی با رسیدن به توان مالی مطلوب، افراد فقیر و ضعیف را مورد حمایت مالی قرار دهد. این امر در سطح جامعه برای کارگزاران دولت و مدیران کل از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا اگر آنها در مصرف بیت المال، میانه روی و از اسراف و تبذیر در اموال عمومی خودداری کنند، می توانند مازاد مصرف را برای جبران خسارات ناشی از زلزله، سیل، جنگ و دیگر حوادث ناگهانی و رفع نیازهای حیاتی جامعه صرف کنند. به این ترتیب، طبقات محروم را در فراهم آوردن حداقل معیشت یاری می دهند و چنانچه اقتصاد جامعه برای افزودن بر گنجایش تولید، به سرمایه گذاری های زیربنایی بیشتر نیاز دارد، قادر به تأمین مالی این گونه طرح ها و برنامه ها هستند.

اصل پس انداز در مباحث اقتصادی، با اصل سرمایه گذاری و تولید و درآمد

۱- حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج۱۲، ص۴۱، ح ۲.

۲- حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج۱۵، ص۲۵۹، ح ۱۲.

۳- حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج۱۵، ص۲۵۹، ح ۱۲.

۴- محمدباقر مجلسی، بحارالانوار، ج۷۸، ص۳۲۷.

۵- وسائل الشیعه، ج۱۵، ص۳۵۸، ح ۷.

۶- وسائل الشیعه، ج۱۵، ص۲۴۱، ح ۴.

ملی، رابطه نزدیک و متقابلی دارد. جامعه مصرفی، پس اندازی نخواهد داشت و در زمان کاهش یا قطع منابع درآمد خود، با مشکلات زیاد و گاهی بحران روبه رو می شود، ولی جامعه ای که اعتدال و میانه روی در مصرف منابع را پیشه خود کند و به آینده نگری در طرح ها و برنامه های اقتصادی خود توجه کند، در زمان بروز مشکل یا بحران، بدون نگرانی، اقتصادی سالم و پرتحرک خواهد داشت. در مقابل، خروج فرد یا جامعه از حد اعتدال، سبب می شود افراد برای تأمین مخارج تجملاتی در زندگی، به کارهای خلافی چون احتکار، گران فروشی، رشوه خواری، دزدی و کلاهبرداری روی آورند؛ زیرا اسراف فرد را فقیر می کند و توانایی مالی را از بین می برد و او را مجبور به انجام کارهای طاقت فرسا و ملال آور می کند. نیز در صورت تمایل نداشتن به کار زیاد یا فراهم نبودن وضع مناسب کار، افراد جامعه به راه های نامشروع کسب درآمد کشیده می شوند. امام صادق(ع) فرمود:

کسی که به درآمد کم از راه حلال قناعت ورزد، هزینه زندگی اش سبک و کسب و معامله اش پاکیزه خواهد شد و از دایره ارتکاب فجور بیرون می رود.(۱)

افراد جامعه با توجه به وضعیت موجود و میزان تلاششان، نباید بیش از آنچه فراهم شده است، درخواست کنند؛ زیرا بیش از آن، زیاده طلبی و حرص است و انسان را به ذلت می کشاند یا به تباهی حقوق دیگران و حرکت های ناسالم اقتصادی منجر می شود.

در میزان و کیفیت مصرف باید زمان و وضع عمومی افراد جامعه را در نظر گرفت. با توجه به این مسئله، می بینیم که سطح زندگی امام علی(ع)، در

۱- محمد بن یعقوب کلینی، الکافی، ج۲، ص۱۳۸.

زمانی که بیشتر افراد جامعه فقیر بودند، با زندگی امام صادق(ع) تفاوت داشت و این مطلب را امام صادق(ع) در جواب اعتراض سفیان ثوری درباره نوع لباس خود، تذکر داد.(۱)

ب) مصرف کالاهای تولید داخل

ب) مصرف کالاهای تولید داخل

اسلام همواره خواهان عزت و استقلال جامعه در برابر بیگانگان است. بنابراین، هرگونه تسلط کفار بر جامعه اسلامی را رد می کند و از مسلمانان می خواهد که تمام نیروهای خود را برای رسیدن به این هدف بسیج کنند تا دشمنان را بترسانند و از ایجاد هرگونه طمعی در خدشه دار کردن استقلال سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جوامع اسلامی جلوگیری کنند. ازاین رو، ما نیز به عنوان کشور جمهوری اسلامی باید با برنامه ریزی دقیق و حساب شده توانایی تولید کالاهای مورد نیاز خود را به دست بیاوریم و در رفع نیازهای ضروری جامعه، یا به اصطلاح در تولید کالاهای استراتژیک به خودکفایی برسیم تا دشمنان نتوانند برای رسیدن به منافع خود، ما را در فشار و محاصره قرار دهند.

بنابراین، باید درصدد ایجاد فرهنگی باشیم که مردم با تشخیص مصالح امت اسلامی و کشور خود در سطح بین الملل، بر مصرف کالاهای ساخت داخل تأکید و اصرار داشته باشند. از سویی دیگر، تولیدکنندگان باید با استفاده بهینه از عوامل تولید و پایین آوردن هزینه ها، همراه با بالابردن کیفیت محصولات داخلی، رضایت و اعتماد هم وطنان را جلب کنند و دولت را در راه رسیدن به خودکفایی نسبی اقتصادی و حفظ غرور ملی و

۱- محمد بن یعقوب کلینی، الکافی، ج ۶، ص۴۴۲.

گسترش الگوی صحیح مصرف در جامعه یاری دهند.

هدف از ترویج فرهنگی که ساخت داخل را جزء الگوی مصرف جامعه قرار دهد، این است که وابستگی به خارج در زمینه واردات، رفته رفته کاهش یابد و روحیه تلاش در زمینه تولید مبتکرانه و خلاقانه در بهبود کیفیت کالاهای ساخت داخل تقویت شود؛ زیرا همان گونه که در آغاز گذشت، در گذشته الگوی تولید و مصرف جامعه ما وابسته به خارج و در جهت فراهم آوردن بیگانگان بر این ملت تحمیل شد. برای روشن شدن این ادعا، آمار کلی واردات کشور در چند سال مختلف و ترکیب آنها بیان می شود:

در سال ۱۳۵۰ ارزش کل واردات کشور حدود دو میلیارد دلار بود، ولی در سال ۱۳۵۶ یعنی چند سال بعد از افزایش قیمت نفت، این رقم به چهارده میلیارد دلار و در سال ۱۳۶۲ به هیجده میلیارد دلار رسید. همچنین با نگاهی به فهرست کالاهای وارداتی می بینیم که انواع کالاهای کشاورزی و صنعتی، مواد خام و کالاهای ساخته شده، واردات را تشکیل می دهد و این امر، بیانگر این است که اقتصاد داخلی از هر جهت نیازمند یا وابسته به خارج بوده است. تقریباً ۳/۴ از این واردات را مواد و کالاهایی تشکیل می داده که یا مستقیم یا با تبدیل در صنایع وابسته به مصرف رسیده است و تنها ۱/۴ از واردات را کالاهای سرمایه ای تشکیل داده است.

به دیگر سخن، با چنین ترکیبی از واردات، بازار جهانی، تأمین کننده نیازهای مصرفی کشور بود و اثر کمی بر افزایش امکانات تولید واقعی

داشت. ساختار وابسته اقتصاد و الگوی تولید و مصرف متّکی بر درآمدهای نفت، در سال های پس از انقلاب نیز ادامه یافت و جنگ تحمیلی هشت ساله و پی آمدهای آن، این روند را تشدید کرد، به گونه ای که رقم واردات در سال ۱۳۷۰ به ۲/۲۵ میلیارد دلار رسید(۱) و درصد رشد مصرف خصوصی که قرار بود در طول برنامه اول سالانه ۵/۴ درصد باشد، در سه ساله اول برنامه ۵/۹ درصد رشد داشت و رشد مصرف در طول برنامه اول، به طور متوسط ۷/۷ درصد و مصرف دولتی ۵/۵ درصد بود.(۲)

با توجه به آنچه گذشت، ضرورت اجرای سیاست هایی که فرهنگ اعتدال، قناعت و صرفه جویی را در جامعه گسترش دهد، بیشتر احساس می شود، تا تولید بیشتر با کیفیت مناسب و مصرف کالاهای ساخت داخل در جامعه به یک ارزش، تبدیل و از میزان واردات کاسته شود. در نتیجه، استقلال اقتصادی به مرحله خودکفایی برسد.(۳) مقصود از خودکفایی این است که جامعه بتواند، کالاهای مورد نیاز را خود تولید کند و ناگزیر از وارد کردن کالا از خارج نباشد. البته گاهی به دلیل جلوگیری از هزینه های زیاد تولید داخلی، باید بعضی از کالاها از خارج وارد شود. در این صورت، با وارد کردن آنها جامعه می تواند، از امکانات خود بهتر استفاده کند. چنین

۱- نطق آقای هاشمی رفسنجانی هنگام ارائه بودجه سال ۱۳۷۶ به مجلس شورای اسلامی، آذر ۱۳۷۵.

۲- نطق آقای هاشمی رفسنجانی هنگام ارائه بودجه سال ۱۳۷۴.

۳- در برنامه اول (۱۳۶۸ _ ۱۳۷۱) گام های مثبتی در این جهت برداشته شده است. برای مثال، رقم واردات در سال ۷۴ به کمتر از سیزده میلیارد دلار رسید و چنان که از نطق آقای هاشمی رفسنجانی هنگام ارائه بودجه سال ۷۶ استفاده می شود، نسبت اعتبارات عمرانی از بودجه عمومی از ۴/ ۱۹ درصد در سال ۶۷، به ۴۱ درصد در سال ۷۵ رسید و رشد سرمایه گذاری از ۳/ ۱۳ درصد در سال ۷۲ به ۳/ ۱۶ درصد در سال ۷۳ و ۱۷ درصد در سال ۷۴ رسید، با این حال، باید تلاش و کوشش خود را در این راه مضاعف گردانیم؛ زیرا حدود ۳/۴ (۷۳ میلیارد دلار) از درآمد ارزی برنامه دوم متکی به درآمدهای نفت پیش بینی است.

وارداتی بـا خودکفایی ناسازگار نیست؛ زیرا جامعه توانایی تولیـد آن کالاها و رفع نیازمنـدی های خود را در سـطح عالی رفاه دارد و ایـن گـونه نیسـت کـه بـا وضـعیت فقیرانـه ای بـه مصـرف تولیـدات داخلی، اصـرار و بسـنده کنـد. بنـابراین، در تعریف خودکفایی، گونه ای از توان مندی اقتصادی نهفته است.(۱)

نکته مهم دیگر آنکه در این برهه از زمـان، حمـایت دولت از تولیـد داخلی ضـرورت می یابـد تا در صـحنه رقابت بین المللی، تولیـد آنها ادامه یابـد و به رشـد کمّی و کیفی برسد تا توانایی رقابت با کالاهای تولیدی دیگر کشورها را به دست آورد. البته برخی اقتصاددانان چنین حمایت هایی را با آزادی کامل در صـحنه اقتصاد، به ویژه تجارت جهانی مغایر می دانند. با مراجعه به تاریـخ می بینیم در همان دورانی که اقتصاددانان بزرگ انگلیسـی ماننـد آدام اسـمیت و ریکاردو آزادی عمل را تبلیغ و توجیه می کردنـد، دولت بریتانیـا ورود منسوجـات هنـدی به انگلیس را ممنوع ساخت. این در حالی بود که این منسوجات را کمپانی هنـد شـرقی در هنـد خرید و فروش می کرد. اسـتدلال دولت انگلیس این بود که صـنایع منچستر در این رقابت آسـیب خواهد دیـد. ازاین رو، ورود منسوجـات هنـدی را که در آن زمـان می توانست بـا منسوجـات انگلیسـی رقـابت کنـد، ممنوع کرد و به کمپانی هند شرقی دستور داد خرید و فروش منسوجات هندی را فقط در مستعمرات انجام دهد.

رعـایت ایـن نکتـه در کشـور مـا بسیار ضـرورت دارد؛ زیرا رونـد توسـعه دنیـا نـاهمگون است و در حـال حاضـر کشـور مـا با کشورهایی در ارتباط است که از

۱- غلام رضا مصباحی، جزوه درسی اقتصاد اسلامی.

نظر فن آوری، از ما بسیار بالاتر هستند. بدین ترتیب، اگر صنایع نوپای داخل حمایت نشود، هیچ تولیدی نمی توان انجام داد؛ زیرا کشورهای توسعه یافته با تکنولوژی برتر خود، هر کالایی را با کیفیت بهتر و ارزان تر تولید می کنند و از آنجا که همه به دنبال خرید جنس بهتر و ارزان تر هستند، اگر از تولیدات داخلی حمایت نشود، همه درخواست ها معطوف به اجناس خارجی می شود و برای تولیدات داخلی، تقاضایی نمی ماند.

مسئله حمایت از صنایع داخلی، در سطح دنیا به صورت امری معقول و طبیعی رایج است. برای مثال، در اقتصاد ژاپن همواره بر سر این مسئله بحث می شود که چگونه دروازه های اقتصاد را به روی کالاهای امریکایی باز کنند. این امر، بدان مفهوم است که ژاپن از راه های مختلف، دروازه های اقتصاد خود را به روی دیگران بسته است تا به داخل متکی باشد.(۱) حمایت بدون قید و شرط، مفهومی ندارد. حمایت باید در جهتی باشد که صنعت حمایت شده، رفته رفته بتواند استقلال یابد و با بهبود کمّی و کیفی تولیدات خود بتواند. با محصولات مشابه خارجی به رقابت بپردازد و ضمن اشباع بازار داخل، ارزش صدور به دیگر کشورهای متقاضی و نیازمند را داشته باشد.

ج) هماهنگی مصرف با سطح تولید

ج) هماهنگی مصرف با سطح تولید

برای کاهش وابستگی اقتصادی به خارج و کسب استقلال اقتصادی و خودکفایی اقتدارمندانه، نه تنها واردات باید کاهش یابد، بلکه تا

۱- حسین عظیمی، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، صص ۳۸۸ و ۳۸۹.

دست یابی کامل به این هدف، لازم است سطح مصرف کل، با ظرفیت تولید کالا در داخل هماهنگ باشد. به این معنا که در مصرف کالاهایی که تولید آنها کافی نیست، قناعت و صرفه جویی کنیم تا نخست همه قشرهای جامعه بتوانند از نیازهای ضروری، به قدر کافی و یکسان برخوردار باشند و توزیع عادلانه ای در کل جامعه صورت گیرد. سپس نیاز به وارد کردن آنها از خارج کاهش یابد و بدین گونه، زمینه مناسب برای رسیدن به استقلال اقتصادی همراه با خودکفایی فراهم آید. در چنین شرایطی، زهد به معنای دل بستگی نداشتن به دنیا و مادیات که در اصل مربوط به فکر و روح انسان است، باید در عمل رعایت شود و شخص در بهره گیری از امکانات و مصرف خود بیشتر صرفه جویی کند.

در زندگی امامان معصوم(ع) نیز به فرازهایی برمی خوریم که آنان در زمان کمیابی کالایی خاص در سطح جامعه، سطح و نوع مصرف خود را هماهنگ با عموم قرار می دادند تا هم با محرومان همدردی کنند و هم با معرفی الگوی صحیح مصرف، زمینه استفاده عموم نیز فراهم شود. برای مثال، زمانی که بر اثر قحطی، گندم در مدینه کمیاب و گران شد، امام صادق(ع) به کارگزار خود دستور داد ذخیره گندم خانه را در بازار بفروشد و نیاز خانه حضرت را روزانه از بازار تهیه کند و نان منزل را نیمی از گندم و نیم دیگر از جو قرار دهد. ایشان در بیان علت این امر فرمود: «دوست نداریم ما نان خوب بخوریم و مردم از نان نامرغوب و پست استفاده کنند».(۱)

۱- وسائل الشیعه، ج۱۲، صص۳۲۱ و ۳۲۲، ح ۱ و ۲.

د) اثرپذیری جامعه از فرهنگ خودی

د) اثرپذیری جامعه از فرهنگ خودی

در بحث هـای مربوط به توسـعه اقتصـادی، بر توسـعه فکری و فرهنگی جـامعه تأکیـد فراوان می شود؛ زیرا افراد جـامعه تنهـا با داشتن آگاهی، شناخت، انگیزه و توان جسمی و فکری، توان پیمودن مسیر توسعه را می یابند. از این جهت، در جهان امروز به عنوان یک کار زیربنایی می کوشـند انسان را نیز متحول کنند تا در فرآیند توسعه، توان لازم را برای توسعه ای مستقل و پویا و خودوابستگی داشته باشد؛ زیرا بدون تعالی فکری و فرهنگی نیروهای داخلی، روند توسعه، به وابستگی علمی و صنعتی خواهد انجامید.

همواره اسـتعمارگران با نابودی تولیدات داخلی و تضـعیف روحیه ابتکار و خلاقیت ملت ایران، سعی فراوان داشته اند تا جامعه ما را به صورت یک بازار دائمی برای خود نگه دارنـد. در چنین وضـعیتی، بـدون یک برنامه راهبردی مشـخص، با آرمان ها و هـدف های منطقی و معقول و بـدون برنامه ریزی دقیق و تقویت فرهنگ خوداتکایی، رسـیدن به توسـعه ای مسـتقل و همسو با ارزش های الهی، کاری بس مشکل است.(۱)

در این فرهنگ باید به نیروها و امکانات داخلی اهمیت داده شود و تقویت فرهنگ اسلامی، محور رشد و توسعه دیگر زمینه ها قرار گیرد. بـدین منظور، بایـد ویژگی اسـتقلال فرهنـگ ملی را که با فرهنگ اسـلامی همراه است، همواره مـدنظر قرار داد، به گونه ای که جـامعه بـا توجه به افکار، سـنت ها، مراسم و شـعائر و انتخاب آگاهانه و آزادانه خویش، الگوهای مناسب تولیـد و مصرف را انتخاب

۱- محمدحسـین سـلیمی، «استراتژی فرهنـگ توسـعه، پیش نیـاز استراتژی توسـعه اقتصادی»، سلسـله مقالات سـمینار فرهنگ و توسعه، ص ۷۲.

کند و فرهنگ جامعه رنگ وارداتی به خود نگیرد؛ زیرا وابستگی فرهنگی، اجازه تفکر مستقل بر اساس مصالح واقعی را به جامعه نخواهد داد و به وابستگی سیاسی و اقتصادی منجر خواهد شد.

بدیهی است جامعه غیرمستقل از نظر فرهنگ، دیگران را در اندیشه و عمل، برتر از خود می داند و با احساس نیاز و خودباختگی، همواره تحت تأثیر الگوهای بیگانه قرار می گیرد و گاهی نیازهای اقتصادی، آن جامعه را مجبور به پذیرش روابط تحمیلی می کند. بنابراین، تحقق همه جانبه شعار استقلال در عمل، راهی جز داشتن فکر و فرهنگی مستقل همراه با سیاست و اقتصادی آزاد و غیروابسته نخواهد داشت.

بر اساس فرهنگ حاکم بر جوامع غربی، الگوی مصرف بر پایه اشاعه و گسترش هرچه بیشتر مصرف استوار است و این روش، شرط اصلی تداوم رشد و توسعه در کشورهای صنعتی غرب است؛ زیرا تولید هرچه بیشتر که ضرورت توسعه اقتصادی آن کشورهاست، مصرف هرچه بیشتر را می طلبد. بنابراین، سردمداران تمدن غرب برای حفظ سیستم کنونی اقتصاد آزاد، چاره ای جز کشاندن مصرف به سوی اسراف و زیاده روی ندارند. آنها با تبلیغات گسترده و فریبنده خود، اجازه فکر کردن درباره نیازهای واقعی را به افراد جامعه نمی دهند. مجله فورچین در این زمینه می نویسد:

شهروند امریکایی از دمیدن روز تا لحظه ای که به بستر می رود، در یک حالت محاصره به سر می برد و عملاً همه آنچه او می بیند، می شنود، لمس می کند، می چشد و یا احساس می کند، مجسم کننده تلاشی است که به او چیزی فروخته شود و چرخ های تولید با چنان سرعتی می چرخد که

کوچک ترین درنگ مصرف کنندگان در خرید، تمامی بنای اقتصاد را به لرزه می افکند.(۱)

جمله اخیر، علت وجود تبلیغات گسترده به منظور رواج مصرف زدگی را بیان می کند. بدیهی است، آنها همین کار را برای بازاریابی محصولات خود در کشورهای جهان سوم، به ویژه کشورهای دارنده منابع زیرزمینی، در حجمی وسیع تر و با ترفندهای گوناگون پی می گیرند و این سیاست، به سه روش زیر حمایت و تقویت می شود:

۱. تولید اشیایی که زود فرسوده می شوند و از میان می روند و یا مصرف کننده قادر به تعمیر و ترمیم آن نباشد؛

۲. مطرح کردن مدل های جدید کالا ـ با رنگ و شکل تازه، به گونه ای که قبل از فرسوده شدن مدل های پیشین کالاها، مصرف کنندگان به خرید انواع جدید که بر انواع قبلی مزیت چندانی هم ندارند، تشویق شوند؛

۳. آگهی های وسیع بازرگانی و تجاری همراه با جذابیت و فریبندگی زیاد.

بیشتر این آگهی ها معمولاً به قصد معرفی محصولات بهتر و بالا بردن سطح آگاهی مصرف کنندگان صورت نمی گیرد، بلکه با به کارگیری انواع محرک ها و روش ها، به منظور ترویج مدپرستی و تجمل گرایی و به وجود آوردن اشتهای کاذب در مصرف کنندگان صورت می گیرد.

روژه گارودی دراین باره می نویسد:

بیش از صدهزار نفر کارمند آژانس های تبلیغاتی، شب و روز در پی ایجاد واکنش های شرطی در مردمند تا آنان را در برابر فیلم های تبلیغاتی تلویزیونی تأثیرپذیر سازند. شیوه بنیادین کار

۱- مرتضی آوینی، توسعه و مبانی تمدن غرب، ج ۱، ص۷۲.

این مؤسسه های غربی، تبلیغات تجاری بر اساس فرمول معروف هیتلر در کتاب نبرد من استوار است. او می گوید: «وقتی می خواهید جامعه ای را به سوی چیزی بکشید، حیوانی ترین و پست ترین غرایز او را آماج و نشانه تبلیغات خود قرار دهید، غده آب دهان را برای آگهی یک کنسرو و غریزه جنسی او را برای آگهی یک جوراب و یا یک اتومبیل آخرین سیستم تحریک کنید».(۱)

با بررسی فرهنگ درونی که با الهام از احکام و ارزش های اسلامی پدید آمده است، می بینیم الگوی مصرف در اسلام بر سه پایه زیر استوار است:

۱. بهره گیری از نعمت های الهی؛

۲. قناعت و صرفه جویی همراه با رعایت اعتدال؛

۳. پرهیز از اسراف و زیاده روی.

بر اساس اصل اول، رهبانیت امری ناپسند و نامشروع است و بنا بر اصل دوم، افراد جامعه به رعایت میانه روی همراه با قناعت در مصرف و مناعت طبع دعوت می شوند، نه مسابقه در مصرف و حرص و درگیری بر سر آن. بر اساس اصل سوم نیز افراد جامعه اسلامی از تجمل گرایی، رفاه زدگی و تباه کردن نعمت ها و امکانات به دور هستند.

ه_) ایجاد انگیزه های معنوی برای مصرف

ه_) ایجاد انگیزه های معنوی برای مصرف

انسان در بهره برداری از کالاها و خدمات، انگیزه های گوناگونی دارد که افکار و گرایش های او را شکل می دهد. برخی از این انگیزه ها در پی

۱- مرتضی آوینی، توسعه و مبانی تمدن غرب، ج ۱، ص۷۷.

نیازهای معقول و واقعی انسان پدید می آید؛ مانند مصرف برای تداوم حیات و سلامتی و حفظ شخصیت اجتماعی که اسلام نیز با آنها موافق است و نه تنها پاسخ به این نیازها را مطلوب، بلکه گاهی لازم و ضروری می داند. در مقابل، برخی از نیازها غیرواقعی و خیالی هستند و شخص برای تفاخر و خودنمایی یا چشم و هم چشمی، به مصرف کالاهای تجملاتی تشویق می شود یا با تصور جایگاهی خیالی و پوچ برای خود، به زیاده روی در مصرف رو می آورد. از نظر اسلام، بهره گیری از کالاها و خدمات با چنین انگیزه هایی، نکوهیده است.(۱)

از آنجا که سطح شناخت و معرفت افراد جامعه یکسان نیست، اسلام، مصرف را به انگیزه رفع نیازهای مادی ممنوع نکرده است. به این معنا که اگر انسان فقط برای رفع این نیازها از نعمت های الهی استفاده کند، مباح و جایز است، ولی اسلام می کوشد انسان را به گونه ای تربیت کند که تمام حرکات و فعالیت هایش، او را به هدف نهایی آفرینش، یعنی مقام قرب الهی و کسب رضایت حق تعالی نزدیک کند. مصرف نیز از این قاعده مستثنا نیست.(۲)

بنابراین، الگوی مصرف مناسب و مطلوب از نظر اسلام، آن است که ضمن تأمین نیازهای مادی در حد ضرورت، همراه با انگیزه و نیتی الهی باشد. به این معنا که هدف نهایی، اطاعت از خداوند متعال و جلب رضایت او باشد.

پیامبر گرامی اسلام به ابوذر غفاری می فرماید: «شایسته است که در انجام

۱- نک: عبدالعلی عروسی حویزی، نور الثقلین، ج۴، ص۱۴۴.

۲- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، ص۳۶۹.

هر کاری حتی خوابیدن و خوردن انگیزه الهی داشته باشی.»(۱) بر این اساس، مصرف کالاها و خدمات با این قصد که انسان توانایی و نشاط لازم را برای کسب دانش و معرفت داشته باشد، تا خالق خود را بهتر بشناسد و به عبادت و بندگی او بپردازد و هرچه بهتر مسئولیت های فردی و اجتماعی خود را انجام دهد، هم برطرف کننده نیازهای مادی انسان است و هم موجب تعالی روح و کمال انسانی می شود. این کار از نظر اسلام، نوعی عبادت است و موجب تقرب به خداوند متعال و سبک پاداش اخروی می شود. با توجه به چنین انگیزه ای، شخص ممکن است کمتر مصرف کند تا اضافه استفاده خود را صرف محرومان کند و چنین فردی ممکن نیست شبانگاه، سیر به بستر برود، درحالی که همسایه او گرسنه است.

بنابراین، با ایجاد و تقویت انگیزه های معنوی و الهی در الگوی مصرف، بسیاری از مشکلات اقتصادی و کمبودهای مصنوعی که ناشی از افزون طلبی و رقابت در مصرف است، از بین می رود و روحیه همدردی با محرومان و قناعت و صرفه جویی، به صورت یک ارزش، با فرهنگ عمومی همراه می شود و رسیدن به هدف هایی چون استقلال اقتصادی و خودکفایی و عدالت اجتماعی ممکن می گردد.(۲)

۱- مکارم الاخلاق، ص۶۴.

۲- محمدجمال خلیلیان، الگوی مصرف در اسلام، صص ۳۵ _ ۴۸.

۴. روش های ترویج مصرف گرایی غربی(مجید نوریان)

اشاره

۴. روش های ترویج مصرف گرایی غربی(۱) (مجید نوریان)

زیر فصل ها

الف) وضعیت مصرفی غرب

ب) شگردهای مصرفی کردن جامعه

ج) شرکت های چند ملیتی و مصرف گرایی

الف) وضعیت مصرفی غرب

الف) وضعیت مصرفی غرب

آنچه امروز اقتصاددانان سرمایه داری آن را کلید توسعه می دانند، مصرف و مصرف زدگی است. بر اساس نظریه های این مکتب، مصرف زدگی، شاخصی از توسعه است. معنای دیگر این سخن آن است که سوخت موتور توسعه، با مصرف آشکار تأمین می شود. مصرف آشکار همان مصرف نمایشی است که پیش از آنکه ناشی از فراوانی منابع و کالاها یا ناشی از پیشرفت فن آوری باشد، ناشی از ناتوانی دیگران در خرید کالاها و خدمات است.

روشن است که مصرف آشکار، به ایجاد فضایی آکنده از رقابت، همراه با حسادت در جامعه می انجامد که نتیجه ای جز طبقاتی شدن جامعه نخواهد داشت. در این صورت، مصرف نمایشی، ویژه ثروتمندان نیست، بلکه فقیران

۱- برگرفته از: الگوی مصرف در اسلام و غرب، صص ۵۹ _ ۶۵.

جامعه نیز ممکن است بر اثر این فضا به مصرف کالاهای نمایشی گرایش یابند.

اریک فروم در تبیین وضعیت فعلی مصرف در جهان غرب و مقایسه آن با اقتصاد قرن نوزدهم می نویسد:

جامعه نوین ما [امریکا] ره آورد دیگری نیز دارد که در گذشته وجود نداشت.

این جامعه نه تنها کالا بلکه نیاز هم تولید می کند... . سیستم اقتصاد کنونی ما بر حداکثر تولید و حداکثر مصرف استوار است. تکیه گاه اقتصاد قرن نوزدهم، حداکثر صرفه جویی بود. اجداد ما خرید چیزی را که پرداخت بهای آن از عهده شخص بیرون بود، گناه و موجب فساد می دانستند، ولی آن گناه، امروز فضیلت شده است و فردِ فارغ از نیازهای مصنوعی، خرید اقساطی و آن که خرید او فقط در حد نیازهای واقعی است، شخصی غیرمتعارف تلقی می شود. کسی که تلویزیون ندارد، فردی است غیرعادی که جایی در اجتماع ندارد.

با این برداشت، در چنان نظام اقتصادی گرچه دارایی مردم، بیشتر از مصرف آنهاست، همواره احساس کمبود می کنند؛ زیرا نمی توانند با تولید انبوه همگام شوند. این وضع، انفعال، حسد و حرص را افزایش می دهد و سرانجام به حس ضعف باطنی و محروم ماندن از دو اهرم قدرت و نفوذ، و خودکم بینی منجر می شود و انسان، شخصیت خود را در آنچه دارد، می داند و نه در آنچه هست. طبقه مصرف کننده در تجمل غوطه ور است و زندگی انگل وار دارد.(۱)

وی در جایی دیگر می نویسد:

۱- اریک فروم، به نام زندگی، ترجمه: اکبر تبریزی، ص ۳۳.

انسان معاصر بی گمان در زمان اوقات فراغت خود، کنش پذیر و منفعل است. او یک مصرف کننده ابدی است. او نوشیدنی، خوراک، سیگار، سخنرانی، دیدنی ها، کتاب و سینما را می بلعد. همه اینها مصرف می شوند. جهان یک چیز بزرگ برای اشتهای اوست؛ یک بطری بزرگ، یک سیب بزرگ و یک پستان بزرگ است. بشر به مکنده ای تبدیل شده است. او یک متوقع ابدی و یک ناراضی ابدی است.(۱)

از دیگر ویژگی های مصرف در جوامع غربی، زیاده روی است که بر پایه خودخواهی و زیاده خواهی است. اسراف، آینده بشر را به خطر می اندازد؛ زیرا به گفته مهاتما گاندی: «سیاره ما همه نیازها را فراهم می کند، ولی حرص و آز را نه.»(۲) شوماخر در کتاب کوچک زیباست می نویسد:

یک نظام صنعتی (امریکا) که چهل درصد از منابع اصلی جهان را برای تأمین نیازهای جمعیتی کمتر از شش درصد جمعیت جهان مصرف می کند، تنها در صورتی می تواند کارآمد خوانده شود که در زمینه تأمین سعادت، رفاه، صلح و آرامش، فرهنگ و هماهنگی، به توفیق های عظیمی نایل آمده باشد و تصور نمی کنم، تأکید بر این واقعیت ضروری باشد که نظام امریکا از رسیدن به چنین توفیق هایی ناتوان بوده است.(۳)

روژه گارودی نیز می نویسد:

در سال ۱۹۷۴ مجتمع اقتصادی اروپا ۲۲۵ میلیون فرانک، خرجِ از میان بردن میوه ها و سبزی هایی کرد که بیم آن می رفت بهای میوه و سبزی را در بازار پایین بیاورد.(۴)

ولفگانگ زاکس نیز پی آمدهای سیر صعودی مصرف گرایی در غرب را

۱- اریک فروم، جزم اندیشی مسیحی و جستارهایی در مذهب، ترجمه: منصور گودرزی، ص ۱۳۶.

۲- آئور لیوپچی، جهان در آستانه قرن ۲۱، ترجمه: علی اسدی، ص ۲۵۹.

۳- ناصر جهانیان، جزوه آسیب شناسی توسعه اقتصادی، ص ۱۲۱.

۴- ناصر جهانیان، جزوه آسیب شناسی توسعه اقتصادی، ص ۱۲۱.

چنین بیان می کند:

اگر مصرف سرانه انرژی جمعیت کنونی دنیا به سطح مصرف سرانه اهالی لوس آنجلس برسد، برای رفع این نوع نیاز مصرفی تقریبا به پنج برابر منابع کره زمین احتیاج خواهد بود.(۱)

ب) شگردهای مصرفی کردن جامعه

اشاره

ب) شگردهای مصرفی کردن جامعه

امروزه مصرف به اشباع رسیده و اقتصاد سرمایه داری در بیشتر رشته های مصرف، با تولید اضافی روبه رو شده است. بنابراین، صاحبان اندیشه و تولید غربی، از راه های گوناگون در پی ایجاد نیازهای جدید مصنوعی و تحریک مصرف در بین مردم جوامع غربی و غیر غربی هستند.

شعارهای جامعه امروز در غرب، عبارتند از: بیشتر، آن سوتر، سریع تر و ثروتمندتر. به اعتقاد یکی از برجسته ترین رؤسای اقتصادی اروپا باید مردم را یاری کنیم که هضم کنند؛ هیچ راهی جز این نیست.(۲)

شهروند کنونی در برابر انواع جذبه ها، نه تنها از خود استقلال و شجاعت نشان نمی دهد، بلکه مانند یک معتاد به مواد مخدر هر اندازه هم که وضع خود را نکبت بار احساس کند، رهایی از چنگال اعتیاد را بی نهایت دشوار می بیند.

ازاین رو، اقتصاددانان و سیاستمداران غربی در یک اقدام هماهنگ، برای مصرف گرا شدن شهروندان دهکده جهانی، راهکارهایی به شرح زیر پیشنهاد می کنند:

۱- ولفگانگ زاکس، نگاهی نو به مفاهیم توسعه، ترجمه: فریده فرهی و وحید بزرگی، ص ۵۹.

۲- شوماخر، کوچک زیباست، ص ۱۲۱.

۱. پیروی از مد روز در مصرف تمامی کالاها

برای نمونه، خانم ها را تشویق می کنـد که لباس یکرنگ به ویژه کفش، کیف و جوراب یکرنگ بپوشـند و وقتی آنها را دو یا سه مرتبه پوشـیدند، دور بریزنـد. همچنین از آنهـا خواسـته می شود در مواقع مختلف، از لاک های ناخن با رنگ های مختلف اسـتفاده کنند و درباره هماهنگی رنگ ها تبلیغات زیادی می کنند و اشیای اتاق نیز مانند فرش و پرده و تلفن، متناسب با رنگ اتاق انتخاب شود. در هر خانه باید از هر یک از لوازم زندگی دست کم دو دسـتگاه وجود داشته باشد؛ دو یخچال و دو ماشین رخت شویی برای هر خانه ضـروری است. هر فامیل باید چندین اتومبیل و حداقل دو خانه؛ یکی برای سـکونت دایم و دیگری برای اقامت در ایام تعطیل، داشته باشد.

۲. تشویق مردم به تازه جویی

مردم باید معتقد باشـند کالایی که دو سال از عمر آن گذشـته، کهنه و پوسیده است و باید دور ریخته شود و نباید آن را تعمیر و دوبـاره اسـتفاده کرد. به این منظـور، در تلویزیـون و رادیـو دور ریختن اشـیای کهنه تشویق می شود و در تلویزیون به بچه ها نشان می دهند که چگونه اسـباب بازی های خود را بشکنند و آنها را دور بریزند. مواد غذایی در ظرف های آلومینیوم و دیگر مواد تهیه می شود و به فروش می رسـد. پس از یـک مرتبه مصـرف، تمـامی این ظروف دور ریخته می شود؛ وقتی از کارخانه داران سـؤال می کننـد که مفهوم کالای بـادوام چیست؟ به طور منفی جواب می دهنـد که کالای بـادوام کالا-یی است که تا پرداخت آخرین قسط آن، دوام داشته باشد.

۳. زود کهنه و مندرس شدن کالا با عنوان planned obsolete

منظور آن است که کالا طوری ساخته شود تا حداکثر پس از گذشت یک سال از مد بیفتد و کالای دیگر جانشین آن شود یا اینکه در مدت کوتاه خراب شود و قابل مصرف نباشد. برای نمونه، در چند سال اخیر عمر اتومبیل ها و لامپ ها بسیار کاهش یافته است. برای اینکه مصرف کنندگان ناراحت نشوند، کالاهای تازه با طرح و شکل نو می سازند که فقط تغییرات سطحی و ظاهری در شکل و رنگ و اندازه آن داده می شود. هدف از تغییر شکل، به هیچ وجه بهتر کردن کالا نیست، بلکه هدف وادارکردن مصرف کننده به دور ریختن اشیای قبلی و جانشین کردن کالای جدید است.(۱)

ج) شرکت های چند ملیتی و مصرف گرایی

ج) شرکت های چند ملیتی و مصرف گرایی

در دست گرفتن بازارهای جهانی برای کسب سود بیشتر، اصلی ترین هدف تأسیس این شرکت هاست که با شعارهای زیبا و فریبنده ای همچون یکپارچه سازی جهانی و با در دست گرفتن انحصارات تبلیغاتی، به دنبال ایجاد جامعه مصرفی یکپارچه جهانی هستند.

این هدف که با عنوان هایی مانند دنیای بدون مرز نیز تعریف می شود، با استدلال های به ظاهر زیبایی همچون یکپارچگی مصرف و فرهنگ، برای استقرار و تداوم صلح، بیش از پیش دنبال می شود.

این انحصارها، با توجه به منافع خودشان، اخلاق مصرفی را جانشین اخلاق کار می سازند و همچنین به جای تشویق مردم به مصرف زندگی بخش، آنان را به مصرف زندگی برانداز تشویق می کنند. شرکت های چندملیتی، مصرف را کلید

۱- ۲ .نک: ضیاءالدین هیأت، تورم جهانی.

سعادت معرفی می کنند و بیش از آنکه به فکر برقراری دموکراسی واقعی بین مردم باشند، دموکراسی مصرف را ترویج می کنند.

همچنین با نشر ایدئولوژی فرهنگ مصرف در کشورهای جهان سوم، این تفکر را القا کرده اند که همان گونه که انتقال ایدئولوژی مصرف در توسعه اجتماعی و اقتصادی غرب به ویژه امریکا مؤثر بوده است، در کشورهای جهان سوم هم اثر خواهد داشت.

انحصار تبلیغاتی، راه های مختلفی برای در دست گرفتن بازارهای جهانی و ترویج روحیه مصرف گرایی برای کسب منافع بیشتر انتخاب می کنند. از آن جمله می توان به پخش آگهی های تجاری در تلویزیون و سینما، تسلط کامل بر شریان های اصلی اخبار، تحلیل های سیاسی در سراسر جهان، تولید و پخش داستان ها و چاپ و اعلان آگهی ها در نشریات، انتشار اخبار مربوط به سالن های مد و به نمایش گذاشتن آخرین مدل های پوشاك و وسایل و لوازم آرایش، پخش و توزیع آخرین ترانه ها و آوازها و رقص ها و سرانجام پخش اخبار مربوط به زندگی خصوصی هنرپیشگان و مشاهیر و ارسال این اخبار و اطلاعات به سراسر جهان اشاره کرد که تأثیر گسترده و ژرف بر اذهان مردم به ویژه در کشورهای جهان سوم می گذارند.

از دیگر راه های نفوذ شرکت های چندملیتی، دست اندازی به اهرم های برنامه ریز تصمیم گیرنده اقتصاد بین الملل در پوشش برنامه های مشارکتی و همکاری است. سیاست های اقتصادی که به گونه ای در راستای نظام سرمایه داری مسلط جهانی قرار می گیرد، خواه ناخواه ماهیتی مصرفی دارد. همچنین شرکت های چندملیتی برای ترویج روحیه مصرف گرایی در کشورهای

جهان سوم، با احیا و برجسته کردن سنت هایی که زمینه مصرفی دارند، می کوشند مردم را به چشم وهم چشمی، الگوسازی، مدپذیری و مسابقه مصرف گرایی در برگزاری این مراسم و سنت ها وادار کنند، به گونه ای که مصرف گرا و اسراف کننده را نماد ملت و ملیت می نامند.

۵. الگوی مصرف در ایران (مجید نوریان)

اشاره

۵. الگوی مصرف در ایران (۱) (مجید نوریان)

زیر فصل ها

الف) آسیب شناسی الگوی مصرف کنونی در ایران

ب) راهکارهای پیشنهادی

الف) آسیب شناسی الگوی مصرف کنونی در ایران

اشاره

الف) آسیب شناسی الگوی مصرف کنونی در ایران

شناخت و تحلیل الگوی مصرف ملی، ازآن رو مهم است که ما را در جهت گیری و سیاست گذاری های کلان اقتصادی یاری می کند؛ زیرا مصرف، بخش اصلی اقتصاد هر کشوری است.

باید بدانیم نیروهای اثرگذار بر الگوی مصرف ملی کشور چه هستند؟ آیا الگوی مصرف کنونی، جهت گیری توسعه ای دارد یا ضد توسعه است؟ ضعف ها و آسیب های اصلی الگوی کنونی چه هستند؟ چه راهکارهایی برای برطرف شدن این ضعف ها وجود دارد؟

برای پاسخ به این پرسش ها، در این فصل، نخست آسیب های الگوی

۱- برگرفته از: الگوی مصرف در اسلام و غرب، صص ۶۷ _ ۷۶.

مصرف ایران را بررسی و سپس راهکارهایی برای تصحیح این الگو معرفی می کنیم.

یک _ بالابودن سطح مصرف

یک _ بالابودن سطح مصرف

مصرف، یکی از دو رکن اصلی تشکیل دهنده تابع درآمد ملی است. رکن دیگر این تابع، پس انداز است که این دو با هم رابطه معکوس دارند؛ هر چه مقدار مصرف از درآمد ملی کمتر باشد، فرصت برای پس انداز و در نتیجه سرمایه گذاری بیشتر در جامعه فراهم می شود.

الگوی مصرف جامعه ما در این زمینه قابل تأمل است. نکته مهم آنکه، سهم مصرف از درآمد ملی بالاست. آمار موجود حاکی از آن است که بیش از ۸۰ درصد از درآمد ملی در سال های ۱۳۷۰ به بعد را خانواده ها و دولت مصرف کرده اند.

نامعقول بودن الگوی مصرف در کشور به اندازه ای جدّی است که برخی از مصارف در ایران، رشد بالاتری نسبت به مصرفی ترین کشورها دارد. برای نمونه، رشد مصرف فرآورده های نفتی در ایران در سال ۱۳۷۵ نسبت به سال قبل، ۷/۶ درصد بوده است... . رشد مصرف فرآورده های نفتی در ایران حتی از میانگین رشد مصرف در خاورمیانه و جهان نیز بیشتر بوده است و این در حالی است که رشد مصرف در خاورمیانه، به طور متوسط کمتر از ۶/۲ درصد بوده است.(۱)

دو _ مدگرایی

دو _ مدگرایی

مد، یک هوس عمومی است که از ضعف های روحی انسان (احساس کمبود

۱- روزنامه همشهری، ۹/۵/۱۳۷۵.

و حقارت، چشم وهم چشمی و تمایل به اثبات برتری) سرچشمه می گیرد و از آن بهره می جوید.(۱)

مدگرایی، انحرافی است که بلای جان جوامع بشری شده است. هرچند در گسترش مد، عامل روانی مصرف کننده بسیار اثرگذار است، عوامل اجتماعی و اقتصادی مانند تبلیغات، عرضه بیش از حد کالا، ایجاد نیاز به مصرف و از همه مهم تر تهاجم فرهنگی اثر فراوان دارد. باید توجه کرد که مد، کالای نو عرضه نمی کند، بلکه تنها موجب تغییر شکل و مشخصات ظاهری کالا می شود و هرچند به ظاهر در پی ارضای سلیقه های تنوع طلب است، مایه اتلاف وقت، پول و انرژی مصرف کننده می شود. بنابراین، افزون بر لطمه زدن به اقتصاد خانواده، اقتصاد کشور را نیز به سمت وابستگی سوق می دهد و مقدار قابل توجهی از درآمد ملی صرف آن می شود. غالباً محور این مصرف ها زنان هستند.

سه _ اتکای درآمد ملی بر نفت

سه _ اتکای درآمد ملی بر نفت

درآمد ملی، عاملی اصلی در تعیین الگوی مصرف یک کشور است. اگر منابع تجهیز درآمد ملی، در عین متنوع بودن، از ثبات نسبی برخوردار باشند، می توان الگوی مصرف مناسب و برنامه ریزی شده ای برای آن کشور تدارک دید.

در ایران، درآمد ملی متکی بر درآمد نفت است. از طرفی، قیمت نفت تحت تأثیر عواملی متعدد و غالباً سیاسی است. در واقع، می توان گفت در بازار جهانی، بیشتر صادرکنندگان نفت به دلایلی نمی توانند قیمت کالای

۱- پرویز زارعی، بازاریابی و مدیریت بازار، ص ۲۴۹.

راهبردی خود را تعیین کننـد و بیشتر قیمت پذیر هسـتند. بنابراین، مصـرف و سـرمایه گذاری و دیگر عوامل اقتصادی کشور ما که از درآمد ملی اثر می پذیرند، با نوسان قیمت نفت دچار نوسان می شوند.

چهار ــ مصرف نمایشی و پرستیژی

چهار ــ مصرف نمایشی و پرستیژی

مصـرف زدگی در ایران نوعی تفکر جدیـد و تجـدد به شـمار می آیـد و به تعبیر چـارلز هَنـدی: «حتی منشور پر لاف و گزاف شهروند انگلیسی [در اینجا، ایرانی] در عمل، منشوری مرتبط با مصرف و مصرف زدایی است».(۱)

در جامعه کنونی ما، بخشـی از مصـرف، نه به دلیل نیاز به کالاهای خریـداری شده، بلکه به دلیل کسب جایگاه و منزلت بالاتر صورت می پذیرد که آن را «مصرف پرستیژی» می نامند.

دوزنبری معتقد است که برخی مصارف به خاطر چشم وهم چشـمی و به نمایش گذاشـتن و براساس مقیاس های ظاهری مانند اتومبیـل، لبـاس و... برای کسب احترام و فخرفروشـی است که از آن با عنوان ــ تأثیر نمایش ــ نام می برد. مصـرف نمایشـی و تقلیـدی در بلندمـدت، مـانع افزایش نرخ رشـد پس انـداز می شود که بیشتر از راه القـای فرهنگی و به کمـک مجلات، فیلم و سفرهای خارجی، از کشورهای پیشرفته به کشورهای در حال توسعه منتقل می شود.

پدیـده تقلیـد از مصـرف خـارجی، نه تنهـا در میـان مصـرف کننـدگان خصوصـی که میان سازمان های دولتی نیز به چشم می خورد؛ زیرا با خرید کالاهای خارجی، انگیزه «مصـرف پرستیژی» به وجود می آید. برای نمونه، درحالی که برای تولید صنعت نساجی کشور تقاضای کافی وجود ندارد، مصرف کنندگان از انواع و

۱- چارلز هندی، عصر تضاد و تناقض، ترجمه: محمود طلوع، ص ۳۴.

اقسام پارچه و پوشاک خارجی در بازارهای کشور استقبال می کنند.

مصرف نمایشی موجب می شود انسان هویتی مصنوعی در جامعه بیابد و بت پرست مدرن شود. قشرهای محروم نیز برای پوشاندن درد ناکامی خویش بعد از دریافت اندک درآمد، به تقلید مصرفی روی می آورند و درآمد خود را در جهت تقویت سود تولیدکنندگان تجملی یا واردکنندگان آن، به هدر می دهند.

پنج ـ گرایش دولتمردان به رفاه طلبی، پس از جنگ

پنج ـ گرایش دولتمردان به رفاه طلبی، پس از جنگ

اصلی ترین آفت الگوی مصرف در ایران در سال های پس از جنگ تحمیلی، ریشه در سیاست های آگاهانه دولت دارد. در طول این سال ها حرکت های نیازآفرین و به اصطلاح «مانور تجمل» از سوی دولت، در کنار نمایش رفاه زدگی و تجمل گرایی از طرف ثروتمندان موجب شد، مصرف افزایش یابد.

جانشین شدن فرهنگ تجمل گرایی به جای ضروری گرایی، اخلاق عملی تجمل گرایانه مسئولان در قالب سمینارهای دولتی، واردات مدرن ترین اتومبیل ها به ویژه از سال ۱۳۷۰ به بعد، واردات انواع کالاهای لوکس خارجی، نمایشگاه های بین المللی اتومبیل و دیگر کالاهای مدرن در سال ۱۳۷۱ و مانند آنها، نشانه عزم دولت در تقویت رفاه طلبی بود. ساخت برج ها و رستوران های گران قیمت، هتل های چند ستاره، رواج مسافرت های خارج از کشور، آزادی واردات انواع کالاهای آرایشی (حداقل تا اواخر ۱۳۷۳)، آزادی ورود انواع سیگارهای خارجی، نوشابه های خارجی، اشیای هنری، اشیای گران قیمت باستانی، ورود مروارید اصل، زیورآلات فانتزی، پر آماده و اشیای ساخته شده از پر، گل های مصنوعی، اشیای ساخته شده از موی

انسان و مانند آنها از این حرکت حکایت می کند... .(۱)

نکته اساسی دیگر در بحث الگوی مصرف کنونی ایران این است که الگوی توسعه و الگوی مصرف ما، الگویی وارداتی و کپی شده از نسخه های تجویزی بانک جهانی و صندوق بین المللی پول است. این در حالی است که در کشور ما هنوز تولید به مرحله ای نرسیده است که بتواند، نیاز مصرفی جامعه را تأمین کند و با این روند، هر روز بین میزان مصرف و تولید داخلی، شکاف بیشتری ایجاد می شود. به تعبیر دیگر، نمی توان تولید بنگلادشی داشت و مصرف امریکایی.

شش ـ توزیع نابرابر درآمد و شکاف طبقاتی

شش ـ توزیع نابرابر درآمد و شکاف طبقاتی

توزیع ناعادلانه ثروت بین طبقات اجتماع یکی از موانع اساسی ایجاد الگوی مصرف منطقی و متناسب در کشور ماست. دیوید کلمن درباره این مضمون می نویسد:

توزیع درآمد، عامل مهمی در تعیین الگوی مصرف یا ترکیب مصرف کل در جامعه است؛ زیرا:

اولاًـ گروه های متفاوت درآمدی، سبد کالایی متفاوتی را مصرف می کنند. احتمال می رود که توزیع درآمدی به شدت نابرابر، تقاضا برای کالاهای مصرفی بادوام، کالاهای تجملی و غیره را افزایش دهد و تقاضا برای اقلام اساسی و ضروری با مصرف انبوه (مثل پارچه و منسوجات) را کاهش دهد.

ثانیاً تغییر در ترکیب مصرف کل به تغییر ترکیب واردات می انجامد؛ زیرا گروه های متوسط درآمدی، به احتمال زیاد، کالاهای وارداتی و یا کالاهای تولید شده داخل را مصرف می کنند (هرچند ممکن است فقیران نیز از چنین

۱- یداللّه دادگر، نامه مفید، ش ۱۵.

کالاهایی استفاده کنند). در نتیجه، صنایع موجود اغلب به تولید کالاهای غیر ضروری مورد نظر طبقات ثروتمند می پردازد.

ثالثاً افزایش واردات نیز موجب بـدتر شدن وضع تراز پرداخت ها می شود. همچنین ممکن است دیگر بخش ها نتوانند در برابر افزایش تقاضـا به انـدازه کافی واکنش نشان دهنـد؛ در نتیجه فشارهای تورمی بروز می کنـد و در اینجا آنچه انسـداد ساختاری (structraul lock) نامیده می شود، تحقق می یابد.(۱)

متأسـفانه در سال های پس از جنگ شاهـد پیدایش پدیده های اجتماعی و اقتصادی غیرمنتظره ای هستیم که هیچ گونه تناسبی با ارزش زیربنایی و اساس عـدالت اسـلامی ندارنـد. ظهور پدیـده های ناهنجاریماننـد رونـد فزاینده افزایش شـکاف طبقاتی، پیـدایش اقلیت ممتاز و مرفه ۱۵ درصدی که ۸۵ درصـد ثروت جـامعه را در قبضه دارد، رشـد قـارچ گونه برج ها و کاخ های چنـد میلیارد تومانی و اتومبیل های گران بها حتی چنـد صد میلیون تومانی در تهران که برخی از مسـئولان هم به آن معترف و معترض شده اند، از شواهد بارز و مؤید این ادعاست.(۲)

ب) راهکارهای پیشنهادی

ب) راهکارهای پیشنهادی

یک ــ یکی از تحولات اساسی که باید در الگوی مصـرف فعلی ایران به وجود آید، تغییر سـلیقه مردم از کالاهای خارجی به سوی کالاهای تولید

۱- دیوید کُلمن، اقتصادشناسی توسعه نیافتگی، ترجمه: غلامرضا آزاد، ص ۱۰۹.

۲- ماهنامه صبح، سال دوم، ش ۶۲، ص ۷۵؛ نک: کیهان، ۲۸/۸/۱۳۷۵.

داخل است.(۱) در شرایط کنونی با وجود اینکه در بسیاری از زمینه ها، تولید داخلی می تواند نیازهای جامعه را برطرف کند، مصرف کنندگان ترجیح می دهند از کالاهای مشابه خارجی استفاده کنند که این گرایش را می توان ناشی از باورهای فرهنگی شکل گرفته در طول سال های پی درپی و نیز کیفیت غیر استاندارد تولیدات داخلی دانست.

بدیهی است که اصلاح انگیزه مصرف و جهت دهی گرایش مردم به سوی کالاهای ساخت داخل، با صدور بخش نامه انجام نخواهد شد، بلکه از طریق ارتقای فرهنگ مصرف و تولید جامعه ممکن خواهد شد. مردم باید احساس کنند که تحمل فشارهای ناشی از کاهش مصرف و یا تغییر گرایش به سوی مصرف تولید داخلی، در نهایت به نفع خودشان است و به ایجاد نوعی اقتصاد و روابط اجتماعی درونی و مطلوب می انجامد.

باید فرهنگ اعتماد به کالای داخلی را در جامعه نهادینه کرد و با تقویت باور عمومی نسبت به کالاهای آزموده شده، الگوی مصرف داخلی را بهبود بخشید. برای بهبود کیفیت تولید باید نظام توزیع را سامان داد؛ زیرا در شرایط کنونی بازار، سهم سود عوامل توزیع، بیشتر از تولیدکنندگان است و این در کیفیت تولید داخلی اثر می گذارد.

اینکه به غلط، روی برخی اجناس عبارت «برای صادرات» نوشته می شود، این گونه وانمود می کند که ما در کشور تنها کالاهای بی کیفیت

۱- لسترتارو، الگوی مصرف درونی ژاپنی ها را عامل توسعه آنان می داند و می نویسد: «تنها ۱۶ درصد ژاپنی ها معتقدند که در صورت ارزان تر بودن، باید کالاهای خارجی مصرف گردد.» این در حالی است که در کشور ما، برخی حاضر نیستند کالاهای داخلی را که گاه از کیفیت بالاتری برخوردار هستند و حتی قیمت کمتری نسبت به کالاهای خارجی دارند، مصرف کنند. (لسترتارو، رویارویی بزرگ، ترجمه: عزیز کیاوند، ص ۱۶۳)

مصرف می کنیم، ولی بایـد جنس بهتر را مصـرف کنیم. بایـد دانست که توجه به بهبود کیفیت کالا برای تأمین بازار مصـرف داخلی، به مراتب مهم تر از توجه به راهبرد توسعه صادرات و بازاریابی خارجی است.

دو ـ از سوی دیگر، وضع نابهنجار مصـرفی جامعه به گونه ای است که نمی توان آن را تنها با برنامه های اخلاقی کنترل کرد، بلکه دولت باید با کنترل مصـرف و معرفی فرهنگ ریاضت و قناعت، راه رسیدن به اقتصادی سالم، شکوفا و پویا بر پایه اصول مکتب اسلام را هموار کند.

سـه ـ الگـوی مصـرف را نمی تـوان تنهـا بـا افزایش قیمت هـا تغییر داد، بلکه بایـد همراه بـا روش هـای تبلیغـاتی و آمـوزش و برانگیختن مردم به شـیوه زندگی اسـلامی، امتیازهای مالیاتی برای صرفه جویان، پیش بینی یا مجازات هایی برای اسراف گران اعمال شود.

چهـار ـ معرفی الگوهـای مصـرفی همسو بـا شـئون اسـلامی در زمینه مصـرف امکانات. می توانـد عامل مؤثری در تغییر روش مصـرف و نیز منتقـد اثرهای منفی آن باشد. عالمان دین می توانند با معرفی الگوهای برانگیزاننده دینی، به محدود کردن امیال مردم به کالاها و الگوهای مصـرفی بپردازنـد. جهت گیری ارزشـی، شـروع مفیـدی برای یک گفتار منتقـدانه دینی از مصـرف گرایی ـ به عنوان فعلی حرام و عملی همسو با نظام سرمایه داری ـ است.

۶. جلوه هایی از فرهنگ مصرف در ایران (حسین بافکار)

اشاره

۶. جلوه هایی از فرهنگ مصرف در ایران(۱) (حسین بافکار)

مصرف درست و به اندازه، پشتوانه بزرگی برای اقتصاد هر جامعه است. درست مصرف کردن می تواند از کوچک ترین هسته جامعه، یعنی خانواده آغاز شود و به کل جامعه گسترش یابد. متأسفانه در کشور ما با وجود تأکید آموزه های دینی بر مصرف بهینه و مزایای اقتصادی و معنوی آن، کمتر شاهد نمونه های عملی آن، هم در خانواده و هم در اجتماع هستیم.

در این مبحث می کوشیم، به نمونه هایی از مصرف های بی رویه در خانواده و جامعه بپردازیم که موجب کاهش بهره وری در بخش مصرف می شود. منظور از مصرف بی رویه، مصرف بیش از اندازه است، چنان که امام علی(ع) می فرماید: «مصرف بی رویه شامل هر مصرفی است که بیش از حد کفایت باشد».(۲)

الف) خرید فلّه ای و انبوه مواد غذایی

الف) خرید فلّه ای و انبوه مواد غذایی

یکی از مشکلات بخش مصرف کشور، عادت نداشتن مردم به تهیه به اندازه

۱- محمدرضا حکیمی، الحیاه، ج ۴، ص ۲۳۱.

۲- برگرفته از: بهره وری در پرتو اسلام، صص ۸۱ _ ۹۱.

نیازهاست. آنها ترجیح می دهند نیازمندی های خود، به ویژه نیازهای خوراکی را به صورت نامحدود تهیه کنند. شاید این مسئله از عرضه مواد بدون بسته بندی سرچشمه بگیرد. حتی بعضی ها خریدهای انبوه را برای تفاخر و دست ودل باز نشان دادن خود انجام می دهند و خریدهای به اندازه و کم را بخل می پندارند.

خریدهای انبوه و بدون بسته بندی می تواند دست کم به سه شکل برای خانواده، مشکل ساز باشد: نخست آنکه موجب راکد ماندن سرمایه خانواده می شود. دوم اینکه به مرور زمان، بسیاری از مواد خوراکی کیفیت اولیه خود را از دست می دهند و چه بسا فاسد شوند که پس از مصرف، موجب بیماری می شوند. سوم آنکه فضای خانه را می گیرند و افراد به فضاهایی همچون زیرزمین، انباری و کابینت نیاز پیدا می کنند.

ب) اسراف در پذیرایی ها و پخت وپز

ب) اسراف در پذیرایی ها و پخت وپز

از جلوه های دیگر مصرف نامناسب در جامعه، اسراف در پذیرایی ها و پخت وپز در مهمانی هاست. در برخی از این مجالس، در تالارها و رستوران ها با انواع غذاها و میوه های گران قیمت از میهمانان پذیرایی می کنند، درحالی که با هزینه کمتر می توان این کار را در خانه انجام داد. بعضی از هم وطنان نیز که در خانه از مهمانان پذیرایی می کنند، عادت دارند برای نشان دادن دست ودل بازی خود، بیش از اندازه و چند نوع غذا بپزند که به اندازه چند وعده غذایی می شود. البته بسیاری از این غذاها که با هزینه فراوان تهیه شده است، پس از رفتن میهمانان، بدون اینکه حتی دستی به آنها خورده شده باشد، دور ریخته می شوند. اسلام این گونه استفاده از نعمت های الهی را اسراف می نامد و آن را بسیار نکوهش

می کنـد. قرآن مجیـد دراین باره می فرمایـد: «وَ کُلُوا وَاشْـرَبوُا وَ لا تُسـرِفوُا اِنَّه لایُحِبُّ المُسْـرِفین؛ و بخوریـد و بیاشامیـد، و[لی] زیاده روی مکنید که او اسراف کاران را دوست ندارد». (اعراف: ۳۱)

از دیگر جلوه های اسـراف در مواد غـذایی، پرهیز از اسـتفاده از غذاهای مانده است. برخی افراد از غذاهای تهیه شده تنها یک بار اسـتفاده می کنند و اضافه آن را دور می ریزند. همچنین اگر همراه خانواده برای غذاخوردن به رستوران می روند، غذاهای اضـافی خود را همـان جـا رها می کننـد. متأسـفانه هنوز این فرهنگ در کشور ما فراگیر نشـده است که در این گونه موارد، از مهمان دار بخواهنـد ظرفی مناسب بیاورد تا باقی مانـده غـذا را به خانه ببرنـد و در فرصت مناسب از آن اسـتفاده کننـد. این در حالی است که در اسلام، حتی دور ریختن اضافه و هسته میوه، اسراف شمرده می شود، چنان که امام صادق(ع) می فرماید:

ملموس ترین مصداق مصرف بی رویه این است که انسان از آب زیاد آمده از نوشیدن، استفاده بهینه نکند... و هسته میوه ها را دور افکند.(۱)

روزی امـام رضـا(ع) دیـد یکی از غلامـانش، میـوه نیم خورده ای را دور انـداخت. آن حضـرت فرمود: «سـبحان الله، اگر شـما مستغنی شده اید، دیگران مستغنی نیستند. آن را به کسی که محتاج باشد، بخورانید».(۲)

بنـابراین، بهتر است خـانواده هـا به جای مصـرف بی رویه، اعتـدال را پیشه سازنـد و با پیروی از رفتار معصومان(ع)، هزینه های اضافی را کریمانه صرف

۱- محمد محمدی ری شهری، میزان الحکمه، ترجمه: محمدرضا شیخی، ص ۱۲۹۶.

۲- محمدباقر مجلسی، حلیه المتقین، ص ۹۵.

اداره نیازمندان کنند.

ج) استفاده نادرست از پوشاک

ج) استفاده نادرست از پوشاک

استفاده نـادرست از پوشـاک، از دیگر مشـکلات بخش مصـرف اسـت. برخیـا از لبـاس خـود اسـتفاده بهینه نمی کننـد. لبـاس میهمـانی، خانه و کار برای آنها فرقی نـدارد. حتی هنگام خواب حاضـر نیسـتند لباس گران قیمت خود را عوض کننـد. وقتی با لباس باکیفیت، مـدتی بخورند، بخوابند و کار و نظافت کنند، لباس جلوه ظاهری خود را از دست می دهد و دیگر نمی توان از آن اسـتفاده کرد. برای مثال، جوانی که با لباس فاخر خود ماشـین بشوید یا موتور تعمیر کند، لباس به محض تماس با روغن یا آب کثیف، لکه دار می شود و کیفیت خود را از دست می دهـد. اگر با آن ورزش هم بکنـد، ممکن است در برخورد با زمین پـاره شود و کـارآیی خود را از دست بدهـد. همین گونه است وضـعیت خانم خانه داری که بخواهـد با لباس میهمانی خود به کار پاکیزگی و آشپزی و دیگر کارهای روزانه خانه بپردازد.

در هر صورت، بنا به فرموده امام صادق(ع)، این گونه رفتارها، نمونه هایی از اسـراف است: «ملموس ترین مصداق مصـرف بی رویه این است که... لباس پذیرایی را همه جا بپوشد».(۱)

امام صادق(ع) در اسـتفاده از پوشاک دقت داشت. داود رقی می گوید که در یکی از سفرها با امام صادق(ع) به محل ینبع در نزدیکی مدینه رسـیدیم. چون حضرت از خانه خارج شد، کفش قرمزرنگی را به پای ایشان دیدم. عرض کردم: ای پسر رسول خدا، این چه کفشی است که به پا کرده اید؟

۱- میزان الحکمه، ج ۲، ص ۱۲۹۶.

فرمود: «این کفش را برای این سفر برگزیده ام؛ زیرا در برابر گِل و باران بیشتر دوام دارد».(۱)

از سوی دیگر، برخی افراد به پیروی از مد، لباس را تنها برای مدت کوتاهی استفاده می کنند. بسیارند کسانی که با تغییر نوع، جنس و رنگ لباس ها بنا به مد روز، در کوتاه مدت، از پوشیدن لباس های پیشین احساس شرم می کنند. خانم ها پیشرو این گونه مدگرایی ها هستند، به گونه ای که برای هر مجلسی، با افتخار از لباسی ویژه استفاده می کنند، درحالی که افتخار کردن به لباس در اسلام به شدت نهی شده است. رسول خدا صلی الله علیه و آله می فرماید: «هرکس جامه ای بپوشد که بدان مباهات کند و مردم بدو بنگرند، خدا به او نگاه نکند تا آن لباس را بکند».(۲)

این گونه استفاده کردن از پوشاک، مشکلات اقتصادی و خانوادگی فراوانی به بار می آورد. گسترش مصرف گرایی در جامعه و افزایش فقر و گرفتاری های مادی و معنوی از جمله پی آمدهای بدیهی و ناگوار این شیوه هاست، چنان که امام علی(ع) می فرماید: «سَببُ الْفَقْرِ الاسرافُ؛ یکی از عوامل فقر، مصرف بی رویه است».(۳)

بنابراین، بهتر است در استفاده از پوشاک، میانه روی کنیم که این کار از نشانه های پرهیزکاری خوانده می شود. امام علی(ع) می فرماید: «پرهیزکاران، در دنیا دارای فضیلت برترند؛ سخنانشان راست، پوشش آنان در حد میانه و راه رفتنشان با فروتنی است».(۴)

۱- بحارالانوار، ج ۷۶، ص ۲۷۲.

۲- ابوالقاسم پاینده، نهج الفصاحه موضوعی، ص ۵۶۷.

۳- الحیاه، ج ۴، ص ۳۲۰.

۴- نهج البلاغه، ترجمه: علی نقی فیض الاسلام، خطبه ۱۹۳، ص ۴۰۳.

د) مدگرایی

د) مدگرایی

مدگرایی در آرایش لوازم خانه، یکی دیگر از جلوه های مصرف نادرست در جامعه است. برخی افراد که به مد علاقه مندند، تمامی لوازم خانه را از اجناس روز انتخاب می کنند. این خرج های سنگین، تنها به طبقه خاصی مربوط نمی شود، بلکه کم و بیش در همه گروه های جامعه وجود دارد. حتی گاه دیده می شود که افراد مستضعف، تحت تأثیر دیگران، برای عقب نماندن از قافله مد، به طور قسطی لوازمی می خرند که هزینه بالایی دارد و مشکلات مالی فراوانی برای آنان پیش می آورد.

به هر حال، زیاده روی در اسلام نکوهیده است. رسول خدا صلی الله علیه و آله می فرماید: «...مَن أَعطی فی غَیرِ حقٍّ فَقَد أسرف؛ هرکس مال و امکانات را نابه جا هزینه کند، اسراف کرده است».(۱)

ه_) مصرف کالاها و دستاوردهای بیگانه

ه_) مصرف کالاها و دستاوردهای بیگانه

مصرف کالاها و دستاوردهای بیگانه و ترجیح دادن آن بر فرآورده های داخلی، از دیگر مشکلات بخش مصرف به شمار می آید و همانند یک بیماری، فراگیر شده است. بسیاری از مردم برای خرید کالاهای هرچند بی کیفیت، با یکدیگر رقابت می کنند و این خریدها، از کوچک ترین وسایل زینتی و آرایشی، تا بزرگ ترین لوازم صنعتی را دربرمی گیرد. بازار گرم کالاهای خارجی در داخل، موجب شده است حتی عده ای به کارهای غیر قانونی و قاچاق این کالاها به کشور روی آورند.

۱- الحیاه، ج ۴، ص ۲۳۱.

وارداتِ نزدیک به بیست میلیون تن کالاـ به کشور در هر سال، علاوه بر نشان دادن گسترش مصرف داخلی ورای امکانات درونی و اقدامات گوناگون بخش تجاریِ کشور برای تداوم واردات کالاهای خارجی، بیانگر توجه مصرف کننده به آن است.(۱)

توجه به تجمل و بهترین های خارجی در مصرف داخلی، افزون بر اینکه دهن کجی و توهین به تولید داخلی است، موجب رکود بازار و تولید داخلی می شود و سود سرشاری را به جیب شرکت های خارجی سرازیر می سازد که می کوشند ریشه جامعه ارزشی ما را از بیخ و بن برکَنند. به یقین، ادامه این روند، موجب وابستگی بیشتر کشور به فرآورده های بیگانه می شود و نتیجه ای جز سلطه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بیگانه نخواهد داشت. امام صادق(ع) می فرماید:

جامعه اسلامی تا زمانی که الگوی مصرف بیگانگان را تقلید نکند، در مسیر سعادت و نیک بختی است، ولی آنگاه که به شیوه بی دینان لباس بپوشد و خوراک خورد، به خواری می افتد.(۲)

و) مصرف بی رویه دارو

و) مصرف بی رویه دارو

مصرف دارو برای درمان دردها لازم است، ولی در کشور ما دارو نیز مانند مواد غذایی، بدون پیروی از الگوی مناسب، بی رویه مصرف می شود. حتی گاه مصرف بی رویه دارو، درد دیگری ایجاد می کند. امام علی(ع) می فرماید: «چه بسا دارویی که دردی را به بار آورد»؛(۳) زیرا در برخی موارد، افراد به

۱- ابراهیم رزاقی، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، ص ۷۹.

۲- الحیاه، ج ۴، ص ۲۳۵.

۳- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، غررالحکم و درر الکلم، ج ۱، ص ۴۱۰.

جای مدارا کردن با درد، برای بهبودی، به داروهای گوناگون و گاه زیان بار پناه می برند. این در حالی است که بنا به فرمایش امام علی(ع) با برخی بیماری ها باید مدارا کرد: «تا زمانی که می توانی، با بیماری ات بساز».(۱)

اکنون مصرف داروهای مجاز در ایران بیش از ۵/۱ برابر استاندارد جهانی است. جالب اینکه در این برآورد، در هر نسخه پزشکی، پنج نوع دارو در نظر گرفته شده است، درحالی که بسیاری از پزشکان بیش از این مقدار دارو تجویز می کنند. بررسی ها نیز نشان می دهد که در بسیاری از مناطق کشور، بیماران ترجیح می دهند نزد پزشکی بروند که چندین نوع دارو تجویز می کند. آنها حتی بر تجویز داروهای تزریقی تأکید دارند و ملاک انتخاب پزشک برای آنها، میزان تجویز داروست.

دارو، سرمایه ملی کشور است و تجویز بیش از نیاز آن، موجب می شود این سرمایه ملی در خانه ها انبار و سپس دور ریخته شود. ازاین رو، برای حفظ این سرمایه ملی بهتر است سازمان های مسئول، مانند سازمان نظام پزشکی و وزارت بهداشت و درمان، به منظور پیش گیری از تجویز داروهای غیرضروری در نسخه های پزشکی، اقدام اساسی انجام دهند. همچنین باید به مردم آموزش داده شود به طور کامل از داروها استفاده کنند و داروهای اضافی خود را پیش از گذشت تاریخ مصرف آن، به سازمان های مسئول تحویل دهند تا در نقاط محروم کشور در اختیار بیماران نیازمند قرار داده شود.

ز) بی مبالاتی در استفاده از سرمایه ملی (پول و اسکناس)

ز) بی مبالاتی در استفاده از سرمایه ملی (پول و اسکناس)

۱- عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، غررالحکم و درر الکلم، ج ۱، ص ۴۱۰.

پول و اسکناس، سرمایه ملی است که دولت هر ساله میلیاردها تومان صرف چاپ و تکثیر آن می کند. متأسفانه به دلیل شیوه های نامناسب بهره گیری از آن، عمر متوسط پول، به ویژه اسکناس، بسیار کم و خسارت ناشی از آن فراوان است. «براساس یک برآورد، عمر متوسط اسکناس در ایران حدود سه سال است، درحالی که این رقم در کشورها ی پیشرفته هفت تا هشت سال است. سالانه در ایران، حدود شش میلیارد تومان بر اثر پارگی اسکناس، به سرمایه ملی کشور خسارت وارد می شود».(۱)

گاه برخی از این پارگی ها از روی عمد اتفاق می افتد. بی شک، اگر بخواهیم خسارت ناشی از آلودگی اسکناس ها را نیز به آن اضافه کنیم، خسارت چندین برابر می شود.

این امر در اسلام نکوهش شده است، چنان که امام رضا(ع) می فرماید: «پاره کردن درهم و دینار،... از کارهای فاسد و نادرست است».(۲)

ح) بی مبالاتی در بهره گیری از امکانات و اموال عمومی

ح) بی مبالاتی در بهره گیری از امکانات و اموال عمومی

وسایل، اموال و امکانات فراوانی که در اختیار افراد جامعه، سازمان ها و اداره ها گذاشته می شود، اموال مردم است. ازاین رو، هم کارکنان سازمان ها و هم افراد جامعه باید به صورت بهینه از آنها بهره گیرند. لازم است همان دل سوزی را که در مورد اموال شخصی خود دارند، درباره اموال عمومی نیز به کار گیرند، ولی با تأسف، افراد به دلیل ناآگاهی از مسائل دینی و حقوق

۱- نک: همشهری، ۱۵/۱/۱۳۷۳، ص ۵.

۲- ابوجعفر محمد بن علی بن بابویه، من لایحضره الفقیه، ص ۱۶۷؛ وسائل الشیعه، ج۳، ص۳۷۵.

شهروندی، به آن توجهی ندارند. این درحالی است که حفظ اموال عمومی، از اصلی ترین وظایف مسلمان متعهد به شمار می آید.

بیشترین نمود این بی مبالاتی ها، در استفاده نامطلوب از وسایل و امکانات عمومی، نظیر اتوبوس ها، سرویس های بهداشتی، امکانات مدارس، پارک ها و فضاهای سبز شهری دیده می شود. برای مثال، در داخل شهرها کمتر اتوبوس نویی را می توان یافت که صندلی آن نشکسته یا روکشش پاره نشده باشد. اوج این بی مبالاتی ها در پایان بازی های فوتبال باشگاه های داخل کشور است که طرفداران دو تیم پرطرفدار در پایان بازی، با شکستن سقف، شیشه ها و صندلی های اتوبوس های شرکت های اتوبوس رانی، آسیب های جدّی به بدنه اقتصادی شهرداری وارد می کنند. بدین ترتیب، عمر مفید این وسایل عمومی را که با دسترنج مردم تهیه می شود، به شدت کاهش می دهند و به بیت المال خسارت وارد می کنند. این در حالی است که برخی قطعه های این اتوبوس ها بسیار گران قیمت است و از خارج وارد می شود.

فرهنگ بهره برداری از محیط های طبیعی نیز چنین کاستی هایی دارد. چنان که در ایام تعطیل، هم وطنانی که برای تفریح و استراحت به محیط های طبیعی می روند، به ویژه در محیط های خشک و کم آب، درختانی را که با رنج و هزینه فراوان در این مناطق رشد کرده اند، برای روشن کردن آتش، قطع می کنند و می سوزانند.

آتش سوزی هایی که در محیط های جنگلی به دلیل سهل انگاری و بی مبالاتی هم وطنان در استفاده از این محیط ها اتفاق می افتد، کم نیست و

خسارت های فراوانی هم وارد می سازد. باید پذیرفت که جبران این خسارت ها بسیار مشکل است؛ زیرا جنگل و مرتع را نمی توان قیمت گذاری یا از خارج وارد کرد.

بنابراین، روشن می شود اگر هرکدام از مردم از امکاناتی که در اختیار دارند به درستی بهره گیرند، می توانند گامی در راه بهره وری بیش از پیش جامعه بردارند.

ط) بهره برداری کردن نامطلوب از ذخایر و منابع طبیعی

اشاره

ط) بهره برداری کردن نامطلوب از ذخایر و منابع طبیعی

ذخایر و منابع طبیعی مانند آب، خاک، جنگل و انرژی، ارزشمندترین ثروت یک کشور و بزرگ ترین پشتوانه برای اقتصاد آن کشور است. با تمام اهمیتی که منابع و ذخایر طبیعی دارد، شیوه بهره برداری از منابع و ذخایر کشور ما، وضعیت مطلوبی ندارد. در اینجا به بعضی از این موارد اشاره می کنیم:

یک _ آب

اشاره

یک _ آب

هم اکنون برای مصارف شهری و روستایی، صنعت و کشاورزی، شیوه های مختلفی برای بهره برداری از منابع آبی کشور به کار گرفته می شود که بهره وری کمتری دارند.

اول _ ضعف فرهنگ مصرف

اول _ ضعف فرهنگ مصرف (۱)

بخش زیادی از آب های کشور به علت نبود فرهنگ صحیح مصرف، دانسته یا ندانسته اتلاف می شود. برای آگاهی بیشتر از این موضوع، کافی است میانگین مصرف سرانه آب کشور را با میانگین مصرف سرانه آب در جهان مقایسه کنیم. «میانگین مصرف سرانه آب در جهان (صنعتی، کشاورزی و

۱- حسین بافکار، روح جاری طبیعت، صص ۵۸ _ ۷۴.

آشامیدنی) حدود ۵۸۰ متر مکعب برای هر نفر در سال است، ولی این رقم در ایران که کشور کم آبی به شمار می آید، ۱۳۰۰ متر مکعب است»؛(۱) یعنی چیزی نزدیک به دو برابر سطح میانگین مصرف سرانه جهانی. این امر نشان دهنده اتلاف منابع آب و اسراف بیش از اندازه این منبع های حیاتی در کشور است.

آموزه های آسمانی اسلام، اسراف و اتلاف منابع مادی را به شدت نهی کرده است؛ زیرا در اسلام به همان اندازه که برای مصرف مناسب مطلوبیت های مادی سفارش شده، برای برقراری تعادل در مصرف نیز محدودیت هایی وضع شده است. خداوند در قرآن کریم درباره استفاده صحیح از منابع مادی می فرماید: «وَ کُلُوا وَاشْرَبوا وَ لا تُسرِفُوا؛ بخورید و بیاشامید، ولی اسراف نکنید». (اعراف: ۳۱) همچنین رسول خدا صلی الله علیه و آله زیاده روی در مصارف مطلوب را همراه با بی برکتی می داند: «اِنَّ مَعَ الْإسْرافِ قِلَّهَ البَرِکَهِ؛ همانا اسراف با کمی ِبرکت همراه است».(۲)

شاید علت بی توجهی و اسراف زیاد مردم در بهره گیری از آب، گمانِ پایان ناپذیری منابع آب و وجود اقیانوس های عظیم آب باشد که خشکی های کره ما را احاطه کرده است. باید به مردم در این زمینه ها آگاهی لازم داده شود؛ زیرا هنوز مردم فرهنگ صحیح مصرف آب در شرایط غیر عادی را هم نمی دانند. برای نمونه، وقتی در سال های اخیر برنامه جیره بندی و قطع نوبتی آب در مناطق مختلف تهران به علت کم آبی و مصرف بی رویه آب اجرا می شد، برخی هم وطنان تهرانی پیش

۱- جغرافیای سال دوم، کد ۱/۲۲۵، ص ۵۳.

۲- اصول کافی، ج ۴، ص ۵۵.

از قطع آب، گالن ها و حتی تانکرهای چند صد لیتری را از آب پر و مصرف می کردند، ولی با وصل مجدد آب، آب های باقی مانده در گالن ها و ظرف ها را به دلیل بوی کهنگی آن تخلیه می کردند. به این ترتیب، تمام تلاش مسئولان برای صرفه جویی، بی نتیجه می ماند.

این موضوع بیانگر آن بود که برای جهت دهی افکار و دادن آموزش های لازم به مردم، رسانه های جمعی، برنامه ریزان فرهنگی و همچنین مسئولان محترم، کار زیادی نکرده اند و اگر اقدامی هم شده باشد، به شکل مقطعی و در سطح تبلیغات بوده است. به همین دلیل، مردم در برابر توصیه های مسئولان، رفتار مثبت و در حد انتظار نشان نمی دادند. بنابراین، شایسته است برای اصلاح فرهنگ مصرف اقدام های مناسبی انجام شود.

دوم _ مشکلات مدیریتی

اشاره

دوم _ مشکلات مدیریتی

مدیریت صحیح آب در درازمدت ضامن بقا و دوام اجتماعی و اقتصادی است و مفهومی گسترده دارد. در گذشته، مدیریت آب به مدیریت اقدامات اجرایی برای تأمین آب، یعنی شناسایی و توسعه منابع جدید، انتقال و تصفیه آب محدود می شد، ولی در عصر ما، مفهومی فراتر از منبع یابی برای برآورده کردن بخشی از نیازهای آبی دارد. در این عصر، مدیریت، شامل تقاضا و شیوه های مصرف و ابزارهای موجود برای کنترل و الگوهای مصرف نیز می شود. در واقع، تمامی اقداماتی که بر کمیّت و کیفیت آب در نقاط ورودی به تأسیسات مؤثرند، بخشی از مدیریت تأمین است و هر آنچه

بر مصـرف یـا اتلاـف آب اثرگـذار است، مـدیریت تقاضـا نامیـده می شود. مجموعه این دو گروه اقـدامات «مـدیریت آب» را تشکیل می دهد.(۱)

متأسـفانه هم اکنون کیفیت مدیریت آب در کشور مناسب نیست، به گونه ای که در بخش مصارف آب (کشاورزی، صنعت و خانگی) و همچنین نظارت بر منابع آب با مشکلات فراوانی روبه روست که در ادامه، این مشکلات را بررسی می کنیم.

۱. بهره برداری نامناسب از آب در مصرف شهری

بهره برداری از آب سـالم و بهـداشتی حقی همگـانی است، ولی امروزه بهره برداری از آب با کیفیت مناسب برای کاربردهای مختلف، طیف گسترده ای را دربرمی گیرد. این طیف از آب سالم و بهداشتی آشامیدنی تا آب های کم کیفیت برای مصـرف بهداشتی، آبیاری فضای سبز و آب مصـرفی در کارهای ساختمانی را شامل می شود. در شـهرهای ایران، آب را برای مصـرف هـای گوناگون شـهری توزیع می کننـد، درحالی که با وجود هزینه های زیادی که برای کشف، جمع آوری، تصـفیه، انتقال و مراقبت از تأسـیسات این آب صـرف می شود، متأسفانه «۸۵ درصـد این کالاـی گران بها در سـرویس ها و فضای سبز خانه ها مصرف یا از راه شست وشوی ساختمان به فاضلاب تبدیل می شود».(۲)

از سـوی دیگر، مقـدار مصـرف سـرانه آب لوله کشـی در کشور هم منـاسب نیست، چنـان که «مصـرف سـرانه آب لوله کشـی آشامیدنی در شهرهای ایران

۱- بخشـی از پیام وزیر اسـبق نیرو، آقای بیژن نامدار زنگنه به مناسـبت روز جهانی آب، فصلنامه آب و فاضلاب، اسفند ۱۳۷۲، ش ۸، ص ۲.

۲- فصلنامه آب و فاضلاب، مهر ۱۳۷۱، ش ۲، ص ۱۲.

حدود ۱۴۲ متر مکعب در سال است که از مصرف سرانه برخی کشورهای پر آب مثل اتریش [۱۰۸ متر مکعب در سال] و بلژیک [۱۰۵ متر مکعب در سال] بیشتر است».(۱)

به این ترتیب، این پرسش مطرح شود که آیا لازم است در کشور کم آبی مانند ایران که آب سالم و بهداشتی با هزینه های فراوان تهیه می شود، آب این گونه در شهرها حیف و میل شود؟ آیا این گونه شیوه بهره برداری از منابع محدود کشور، درست است؟ آیا بررسی و توجه بیشتری دراین باره نیاز نیست؟

۲. مصرف نامناسب آب در بخش کشاورزی

افزون بر اتلاف آب در بخش مصارف خانگی، سالانه بخش زیادی از آب های مصرفی در بخش کشاورزی به دلیل به کارگیری روش های سنتی آبیاری و همین طور ناآگاهی کشاورزان از اصول اساسی آبیاری تلف می شود. برای نمونه، آب به طور معمول به نهرهایی می ریزد که پس از مدتی آب آنها به زمین نفوذ می کند یا تبخیر می شود. آبیاری بی موقع به هنگام ظهر نیز سبب تبخیر زیاد می شود. همچنین غرقابی کردن زمین زراعی سبب نفوذ آب بیشتری به اعماق زمین می شود. این گونه موارد سبب شده است مصرف آب ما در بخش کشاورزی بسیار بیشتر از سطح جهانی شود. برای مثال، مقدار مصرف آب برای کشت هر هکتار صیفی جات در مقیاس جهانی، ۷۰۰۰ تا ۱۰۵۰۰ متر مکعب و در کشور ما، ۱۷۹۰۰ متر مکعب برآورد شده است. به همین دلیل، متوسط راندمان

۱- جغرافیای سال دوم، کد ۱/ ۲۲۵، ص ۵۴.

آبیاری در ایران، رقمی حدود ۳۲ تا ۳۳ درصد برآورد شده است.(۱) به بیان دیگر، از هر ۱۰۰ متر مکعب آبی که از رودخانه، چاه یا قنات برداشت می شود، تنها ۳۲ تا ۳۳ متر مکعب آن به مصرف واقعی می رسد و بقیه آن به شکل های مختلف تلف و از چرخه مصرف گیاهان خارج می شود.

۳. بهره برداری نامناسب از آب در صنعت

در حال حاضر، بخشی از آب های کشور به مصرف صنایع می رسد که پس از مصرف نیز می توان بخش عظیمی از این آب ها را با به کارگیری فن آوری های پیشرفته، دوباره یا چندباره مصرف کرد. متأسفانه این آب ها پس از مصرف، با آلوده شدن به مواد شیمیایی و میکروبی، در مجاری رودخانه ها رها یا از طریق چاه ها وارد سفره های زیرزمینی می شوند و آب های زیرزمینی را آلوده می کنند. این موضوع گاه موجب وارد آمدن خسارت های جبران ناپذیری به محیط زیست می شود.

۴. نظارت نامناسب

«کشورهایی که با بحران آب روبه رو هستند، بیش از آن درگیر بحران نظارت هستند.»(۲) در کشور ما نیز به نظارت درست آب کمتر توجه شده است. نمونه آن، «امر اکتشاف و بهره برداری از ۰۰۰/۰۰۰/۶ حلقه چاه غیر مجاز در مقابل ۰۰۰/۳۲۰ حلقه مجاز است»(۳) و روز به روز بر تعداد این چاه های غیر مجاز افزوده می شود.

بنابراین، شایسته است به منظور نظارت بر منابع تأمین آب، با

۱- محمود صداقت، منابع و مسائل آب ایران، ص ۱۳۰.

۲- خلاصه گزارش سومین گردهمایی جهانی آب، ص ۲۳.

۳- همشهری، ۱۱/۹/۱۳۷۸، ش ۱۹۹۳، ص ۷.

برنامه ریزی مناسب، اولویتی در امور آب مطرح شود.

سوم ـ راهکارهای اصلاحی

اشاره

سوم ـ راهکارهای اصلاحی

در این بخش برآنیم، راهکارهای مناسبی برای مشکلات یاد شده ارائه دهیم.

۱. فرهنگ سازی

اشاره

۱. فرهنگ سازی

از نگاه فرهنگی، متأسفانه مصرف آب، با شرایط کنونی مناسب نیست؛ یعنی مردم بیش از اندازه آب را مصرف می کنند یا هدر می دهند و این چیزی است که رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله در گفتاری ارزشمند آن را پیش بینی کرده و فرموده است: «به زودی در امت من گروهی پدید می آیند که در پاک کردنی ها زیاده روی می کنند».(۱)

آن حضرت حتی اسراف در وضو را هم جایز نمی دانست، چنان که در اخبار آمده است:

روزی رسول خدا صلی الله علیه و آله بر مردی گذشت که در حال وضو گرفتن بود و مشت مشت آب برای وضو برمی داشت. حضرت فرمود: ای بنده [خدا] اسراف نکن. گفت: یا رسول اللّه! مگر در وضو هم اسراف است؟ فرمود: آری.(۲)

امروزه در کشور ما آب های زیادی هدر می رود. ازاین رو، نیازمند آن هستیم که فرهنگ مصرف آب را هماهنگ با شرایط کنونی تنظیم کنیم. البته منظور از فرهنگ مصرف، اصلاح اخلاق مصرف آب است. بی گمان، تغییر و تحول در اخلاق و عادت های مردم، کار آسانی نیست که در یک شب یا یک

۱- ابی داوود سلیمان بن اشعث سجستانی، سنن ابی داوود، ج ۱، ص ۷۲.

۲- علی متقی هندی، کنزالعمال، ج ۹، ص ۴۷۴.

مقطع زمانی محدود با کمک رسانه و انتشار چند جزوه و همچنین راه اندازی چند برنامه سخنرانی و همایش انجام شود، بلکه نیازمند ساختن بستری مناسب با برنامه ریزی سنجیده و کارشناسی شده است که همیشگی باشد. برای اصلاح هر رفتاری، بهره گیری از سه ابزار باورنده، انگیزنده و بازدارنده لازم است که در این مبحث، نقش این نیروها را بررسی می کنیم.

الف) بهره گیری از ابزارهای باورنده

اشاره

الف) بهره گیری از ابزارهای باورنده

ابزارهای باورنده، دستگاه هایی هستند که مستقیم یا غیر مستقیم با طیف های گوناگون مردم در ارتباطند و مردم در زندگی خود از برنامه های آنان اثر می پذیرند. در این زمینه، نقش دستگاه های فرهنگی مانند رادیو و تلویزیون، مطبوعات، آموزش و پرورش و آموزش عالی در سطوح محلی، منطقه ای و ملی از دیگر دستگاه ها پررنگ تر است. این دستگاه ها می توانند با تهیه و تدوین برنامه های مناسب در زمینه کاری خود، گامی اثرگذار در راه تغییر شیوه مصرف آب بردارند. از این برنامه ها می توان به روشنگری در افکار عمومی، بیان ارزش های واقعی آب و آموزش عملی صرفه جویی اشاره کرد.

یک ــ روشنگری در افکار عمومی

مردم مسلمان ما به دلایل گوناگون، آب را نعمتی رایگان، فراوان و تمام نشدنی می دانند. این گمان در گذشته تا حدی با واقعیت هماهنگ بوده است؛ زیرا در آن روزگار، مردم آب مورد نیاز خود را به آسانی از منابعی که در دسترس آنها بود، تأمین و مصرف می کردند. امروزه، هم در زمینه تأمین آب و هم در شیوه های مصرف آن، با محدودیت های فراوانی روبه رو هستیم. برای نمونه، بیشتر مردم هنوز نمی دانند که با افزایش جمعیت، از سرانه آب مصرفی آنها

کاسته می شود یا آگاه نیستند که در تصفیه خانه های آب شهری برای تهیه آب نوشیدنی چه می گذرد یا هنوز نمی دانند که افزایش قیمت تصاعدی آب یعنی چه و گسترش شبکه فاضلاب چه اثری بر زندگی و محیط زیست آنها خواهد داشت. همین گونه است ده ها موضوع دیگر مربوط به آب که مردم ما از آن بی خبرند.

بی گمان، این آگاهی بخشی باید به گونه ای باشد که هر شهروند ایرانی، از خانم خانه دار در منزل تا کارمند در اداره یا افرادی که در هر آموزشگاهی تحصیل می کنند، آب را یک نعمت ارزشمند الهی و یک کالای گران بها بدانند و به این باور برسند که حفظ ذخایر و منابع آب کشور، در گرو همکاری و مشارکت یک یک آنان در صرفه جویی قطره قطره آب است.

دو _ بیان ارزش های واقعی آب

آب در فرهنگ اسلامی ارزش والایی دارد، چنان که امام صادق(ع) آن را یکی از عوامل قوام دنیا دانسته است و می فرماید: «قوام دنیا سه چیز است: آتش، نمک و آب.»(۱) در حدیث ارزشمند دیگری، نهایت بهره برداری از آب را چنین یادآور می شود: «کمترین حد اسراف، ریختن باقی مانده آب در ظرف است».(۲)

با تأسف، این ارزش ها کمتر به مردم مذهبی ما شناسانده شده است. در فرهنگ اسلامی ، برای پرهیز از آلوده سازی یا اتلاف آب و مشارکت مردم در امر آب رسانی، احادیث و روایت های ارزشمندی از معصومان(ع) نقل شده است که مسئولان زحمت کش آب کشور و دستگاه های فرهنگی باید آنها را برای مردم بیان کنند. مسئولان و دستگاه های فرهنگی می توانند با

۱- ابومحمد حرانی، تحف العقول، ترجمه: صادق حسن زاده، ص ۵۷۸.

۲- اصول کافی، ج ۶، ص ۴۶۰.

بهره گیری از نیروهای توان منـد دینی،ماننـد امامان جمعه و جماعت، مبلغان مذهبی، گروه های امر به معروف و ناصـحان که میـان مردم محبوب هسـتند، این ارزش هـا از جمله اهمیت آب، لزوم صـرفه جویی و رعـایت بهـداشت آب را به مردم تفهیم و برای آنها تبیین کنند.

سه _ آموزش عملی صرفه جویی

به یقین، اگر آگاهی دهی و تبیین ارزش های واقعی آب به مردم همراه با آموزش های عملی صرفه جویی باشد، نتایج مطلوب تری را پدید خواهد آورد. اگر مردم کشوری را می بینیم که با توجه به فراوانی آب در کشورشان، در مصرف آب دقیقند و با وسواس از آن استفاده می کنند، بدان دلیل است که درباره چگونگی بهره گیری از این نعمت الهی به آنان آموزش های لازم داده شده است. برای نمونه، به آنان آموزش داده شده است که «از انداختن کاغذ، ته سیگار و دستمال کاغذی به آبریزگاه ها خودداری کرده و آنها را در سطل زباله جای دهند. هنگام استحمام، به ویژه در ضمن مصرف شامپو و صابون، شیر آب حمام را ببندنـد. هنگام مسواک زدن و اصـلاح صورت، شـیر آب را ببندند. برای بیرون آوردن یخ از قالب یخ یا ذوب مواد منجمد، آنهـا را از چنـد دقیقه تـا چنـد سـاعت زودتر در هوای آزاد بگذارنـد و زیر شـیر آب نگیرنـد. سبزیجات و میوه ها را در ظرفی بشوینـد و آب آن را برای آبیـاری گلـدان هـا و فضای سبز به کار برنـد. اگر از ماشـین لباس شویی و ظرف شویی اسـتفاده می کننـد، زمانی آن را به کار بیندازنـد که کاملاً پر شـده باشـد؛ زیرا هر بار راه انـدازی ماشـین، حداقل صد لیتر آب مصـرف می کند. یا اگر لباس ها را با دست

می شوینـد، نخست، لبـاس هـایی را که کمتر کثیف هسـتند، در تشتی بشوینـد، سـپس در همـان آب، لبـاس هـای چرک تر را بشوینـد و بـا آب تمیز آب بکشـند. همین طور به آنان آموزش داده می شود که چمن، باغ و باغچه را صـبح زود آب دهنـد تا آب کمتری تبخیر شود. از آب به عنوان جارو استفاده نکنند و کنتور آب را مرتباً درحالی که کلیه شیرهای مصرف بسته است، کنترل کنند تا از نبود نشت آب از لوله ها مطمئن شوند و اگر از اسـتخر در هوای آزاد اسـتفاده می کنند، پس از اسـتفاده روی آن را با نایلون بپوشانند تا تبخیر کاهش یابد و...».(۱)

نبایـد فراموش کرد عملکرد نیروهـای باورنـده دسـتگاه های فرهنگی کشور و حتی مسـئولان محترم در هر رده و مقامی، خود، الگویی عملی در مقابل دیده مردم و زیرمجموعه آنان است و نخست باید خود آنان به باور صرفه جویی و لزوم ارزش گذاری به آب رسیده باشند.

ب) بهره گیری از ابزارهای انگیزشی

اشاره

ب) بهره گیری از ابزارهای انگیزشی

بی گمـان، پس از ایجـاد این باور که آب، ماده ارزشـمند حیاتی و نیازمنـد صـرفه جویی و پرهیز از اتلاف است، با اقـدام های انگیزشی، مانند مشارکت دادن مردم در امور آب و تشویق آنان به شیوه های مختلف می توان صرفه جویی آب را آسان کرد.

یک ـ مشارکت دادن مردم

امروزه به اثبات رسیده است که بدون مشارکت همگانی و ارتقای فرهنگ عمومی نمی توان برنامه های مهم و زیربنایی و ملی را تحقق بخشید. مصرف

۱- روزنامه اطلاعات، ۳/۴/۱۳۷۶، ش ۲۱۰۸۲، ص ۱۲.

درست آب هم که یک موضوع ملی است، نیازمند مشارکت همه مردم است. اهمیت این موضوع به ویژه هنگام بحران دوچندان می شود. گروه های مختلف مردم، اتحادیه ها، سازمان های محلی، روزنامه نگاران، نویسندگان، نمایندگان مجلس، جوانان و بانوان، دیدگاه هایی درباره آب دارند که باید به این دیدگاه ها، هنگام برنامه ریزی ها، تصمیم گیری ها و اجرا توجه شود.

بی تردید، اگر مردم احساس کنند که در همه امور مربوط به آب دخیلند، نوعی انگیزه قوی در آنان برای همکاری بیشتر با مسئولان به وجود می آید. البته موضوع مشارکت مردم در امور آب، در فرهنگ ملی _ مذهبی ما موضوع تازه ای نیست. بسیاری از سیستم های آب رسانی در کشور کهن ما، در طول تاریخ با مشارکت مردم و افراد خیرخواه، ایجاد شده اند. احادیث فراوانی نیز از پیشوایان معصوم(ع)، مردم را به مشارکت در امور آب فراخوانده اند، چنان که رسول خدا صلی الله علیه و آله می فرماید: «از جمله اعمال و نیکی های مؤمن که بعد از مرگ به او می رسد... ، نهری است که به کمک او جریان یافته باشد».(۱)

دو _ تشویق

یکی از ابزارهای مهم انگیزش، بهره گیری از ابزار تشویق است. در فرهنگ اسلامی ، هرگاه مردم به کار نیکی فرا خوانده می شوند، به آنان وعده پاداش داده می شود. این موضوع می تواند در مورد آب هم اثرگذار باشد. بی گمان، شناسایی و تشویق مشترکان کم مصرف خانگی در شهر و روستا، تشویق کشاورزان بهره مند از آبیاری بهینه؛ یعنی کسانی که با کمترین مصرف آب، بیشترین محصول را تولید می کنند و نیز تشویق صاحبان صنایع و مؤسسه ها که

۱- نهج الفصاحه، ص ۳۳۷، ح ۹۰۶.

برای پیش گیری از آلودگی آب، کارهای شایسته ای انجام داده یا از آب کمتری بهره گرفته اند، می توان انگیزه فراوانی برای بخش های مختلف اجتماع پدید آورد که در مصرف آب، صرفه جویی یا از آلوده کردن آن پیش گیری کنند. هر اندازه شیوه های تشویق جذاب تر، زیباتر و عمومی تر باشد، نتایج بهتری به دست می آید.

ج) بهره گیری از ابزارهای بازدارنده

اشاره

ج) بهره گیری از ابزارهای بازدارنده

منابع آب کشور، سرمایه ملی نسل کنونی و نسل های آینده است؛ سرمایه ای که باید از اتلاف آن پرهیز کرد. بنابراین، در زمانی که مسئولان دل سوز با به کارگیری ابزارهای باورنده و انگیزشی، در پی روشنگری و هدایت مردم به استفاده صحیح از آب هستند، شایسته است مردم به توصیه های دل سوزانه آنان به خوبی توجه کنند. همیشه عده ای قانون گریز در جامعه هستند که باید راه برخورد قانونی با این متخلفان هموار باشد. پس از آگاهی از محدودیت های آب، دیگر هیچ دلیلی وجود نخواهد داشت که افراد، خودسرانه آب را بی رویه مصرف یا آن را آلوده کنند. در این زمینه، شیوه های بازدارنده ای مانند جریمه، تشکیل پلیس و دادگاه آب می تواند اثرگذار باشد.

جریمه متخلفان

جریمه متخلفان، یکی از روش های بازدارنده موفق و قاعده ای است که در دنیای امروز، حتی در کشورهای پرآب جهان نیز از آن بهره گرفته می شود. برای نمونه، در کشور انگلستان برای هر بار مصرف بی رویه، معادل پانزده روز حقوق یک کارمند معمولی، جریمه می شوند یا در یونان، قیمت آب بها برای هر متر مکعب آب مصرفی یک خانوار، نسبت به مازاد پانزده متر

مکعب در ماه، بیست برابر افزایش می یابد.(۱)

۲. بُعد مدیریتی (تحول در نوع مدیریت)

اشاره

۲. بُعد مدیریتی (تحول در نوع مدیریت)

همان گونه که بیان شد، یکی از مشکلات اساسی آب کشور، در بخش مدیریت آب است که به تحول نیاز دارد. بی تردید، با مدیریت صحیح آب می توان حتی بر بسیاری از مشکلات طبیعی آب هم پیروز شد.

الف) دگرگونی در شیوه بهره برداری و مصرف آب

شیوه بهره برداری کنونی از آب، چه در بخش مصرف خانگی و چه در بخش کشاورزی و صنعت، مناسب نیست. بنابراین، سیستم بهره برداری از آب را باید دگرگون کرد. برای نمونه، در بخش مصرف شهری و خانگی، برای بهره برداری صحیح از آب های بهداشتی و تصفیه شده، می توان سیستم توزیع آب نوشیدنی را از آب مصرف بهداشتی، مانند شست وشو و حمام کردن جدا کرد؛ یعنی از دو شبکه توزیع آب، یکی برای آشامیدن و دیگری برای مصرف بهداشتی بهره گرفت. لازم است در مصرف بهداشتی نیز با نوآوری ها و ایجاد تغییر در وسایل و تجهیزات به کار گرفته شده در تأسیسات آب، صرفه جویی ویژه ای کرد.

همچنین در بخش کشاورزی برای پیش گیری از اتلاف آب و بالابردن آبیاری می توان از روش های بهینه آبیاری استفاده کرد. برای نمونه، با ایجاد نهرهای بتونی و سنگی و ایجاد پوشش روی آنها و لای روبی، می توان از تبخیر و اتلاف آب جلوگیری کرد یا با بهره گیری از روش های آبیاری تحت فشار، قطره ای، بارانی و یکپارچه کردن آبیاری به ویژه در مناطق خشک، اتلاف آب را به حداقل رساند. در بخش

۱- اطلاعات، ۳/۴/۱۳۷۶، ش ۲۱۰۸۲، ص ۲.

صنعت نیز می توان با تأسیس برج های خنک کننده آب، گرمای ایجادشده توسط صنایع را از آب گرفت و دوباره و چندباره از آن استفاده کرد.

بی گمان، به کارگیری این روش ها در بخش های مختلف، نیازمند هزینه و تسهیلات فراوان است، ولی اگر محدودیت منابع آبی کشور را باور داریم، پیش از اینکه به بحران آب برسیم، باید اقدامات پیش گیرانه را به کار گیریم و با دادن وام های کم بهره در هر سه بخش، مصرف کنندگان را به استفاده از روش ها و سیستم های بهینه بهره برداری از آب تشویق کنیم.

ب) مقابله با آلودگی آب

افزون بر پیش گیری از اتلاف آب، باید برای مقابله با آلودگی منابع آب و حفظ کیفیت آب نیز چاره ای اندیشید. امروزه با فن آوری های پیشرفته می توان بسیاری از آب ها را که کاربردی عالی داشته اند، برای رفع نیازهای کم اهمیت تر از نظر کیفی به کار برد یا با اقدام هایی مانند اجرای طرح های جمع آوری و تصفیه فاضلاب های خانگی و صنعتی و ایجاد شبکه های فاضلاب مناسب و کم هزینه در روستاها، مهار آلودگی ناشی از سموم کشاورزی، انباشتن و دفع بهداشتی و اصولی زباله های شهری و صنعتی یا بازیافت زباله ها و ایجاد کارخانه های تولید کود زباله، تا حد امکان از آلودگی آب جلوگیری کرد.

ج) بهره گیری از فن آوری بازیافت آب

در حال حاضر شهرهای پرجمعیت کشور، بخش قابل توجهی از آب شیرین موجود را مصرف می کنند. این آب ها که به قیمت تغییر مسیر رودها، ایجاد

سـد یا تخلیه سـفره های زیرزمینی به دست می آیند، به صورت پساب در پیرامون شـهرها رها می شوند یا در شـنزارها فرو می رونـد. با توجه به محدود بودن منابع آب در کشور می توان از طرح های مربوط به تصـفیه بازیافت پساب ها و اسـتفاده از آنها برای کشاورزی و حتی آب شرب بهره گرفت.

در این زمینه، تجربه سـنگاپور تجربه خوبی است. «در این کشور طرح بازیـافت جـالب فاضـلاب هـا به نـام «آب هـای تازه»(۱) بـاعث شـده سالیـانه هزاران جهـانگرد از این تأسیسات بازدیـد کننـد و از آبی که بـا اشعه ماوراء بنفش ضـد عفونی می شود، بنوشـند و از آن به عنوان گواراترین آب نام ببرند.»(۲) اجرای طرح های مهار آلودگی، نیازمند صـرف هزینه های کلان است. با توجه به رشـد روز افزون جمعیت در کشور و محـدودیت منابع آب، لزوم این گونه طرح ها هر چه بیشتر احساس می شود و بهتر است با یک برنامه ریزی منظم و مستمر بدان پرداخته شود.

د) مقابله با هرز آب های طبیعی

در حـال حاضـر، بخش عظیمی از بارش باران به علت نبودن امکانات لازم تلف می شود یا پس از عبور از شوره زارها، شور و تلخ می شود. با اقداماتی مانند آبخیزداری، احداث سد و بند در کوهستان، ایجاد سدّهای انحرافی و تغذیه مصنوعی سفره های آب زیرزمینی در دشت می توان از هدر رفتن آب ها جلوگیری کرد.

ه_) یکپارچه کردن مدیریت آب

در حـال حاضـر، مـدیریت آب کشور یکپارچه نیست و سازمان مشخصـی مسئولیت حفاظت، اکتشاف و بهره برداری آن را بر عهده ندارد. همین امر،

۱- ۱ .water new.

۲- اخبار شامگاهی، ۱۴/۹/۱۳۸۲.

نظارت آب را با بحران روبه رو می کند، درحالی که «نظارت درست، نیازمند سیستم های اداری و سیاسی _ اجتماعی مؤثر و پذیرش راهکارهای مدیریت یکپارچه منابع آب است که دارای مراحل شفاف و مشارکتی هست و منطبق بر نیازهای انسانی و اکولوژیکی است».(۱)

بی گمان، در چنین صورتی، آب، این مایه حیاتی محیط زیست، تحت حفاظت و کنترل مسئولانه قرار خواهد گرفت و از هرگونه دخل و تصرف بیجا و بهره برداری های غیر مجاز در آن و نیز آلودگی اش، تا حدود زیادی جلوگیری خواهد شد و وضعیت فعلی آب ها بهبود خواهد یافت.

دو _ خاک

دو _ خاک (۲)

خاک یکی از منابع ارزشمند حیات بشری است که «برای تشکیل یک سانتی متر آن روی زمین، بیش از هزار سال زمان نیاز است.»(۳) ازاین رو، باید از آن به درستی بهره برداری کرد؛ زیرا با بهره برداری نادرست از آن، خاک فرسایش می یابد که پی آمدهای فراوانی دارد. از جمله، فرسایش خاک می تواند زمین های کشاورزی را به بیابان تبدیل کند؛ راه های بیابانی را مسدود سازد؛ محصولات غذایی را کاهش دهد؛ هوای شهرها و روستاها را با گرد و غبار آلوده کند؛ شرایط را برای جاری شدن سیل فراهم کند و سدها، دریاچه ها و منابع آب را از خاک انباشته کند. متأسفانه هر سال، به دلیل فرسایش های آبی و بادی خاک و دخالت های بی رویه انسان، چرای

۱- خلاصه گزارش سومین گردهمایی جهانی آب، ص ۲۳.

۲- نهج الفصاحه، ص ۳۸۰، ح ۱۱۳۰.

۳- حسین بافکار، بهره وری در پرتو اسلام، صص ۹۳ _ ۹۸.

بی رویه دام، بهره برداری بیش از حـد از خـاک، شـخم زدن نامنـاسب و آبیـاری زمین بـا آب هـای شور و برداشـتن بوته ها و درختچه هـا، میلیون هـا تن خـاک از بین می رود و بر منـاطق بیابانی کشور افزوده می شود. «فقط فرسایش آبی، سالانه حـدود ۵/۱ میلیارد تن خاک را در کشور از بین می برد».(۱)

اهمیت این مسئله را زمانی بهتر درک می کنیم که بـدانیم بیش از نیمی از کشور را مناطق کوهسـتانی و بیابان های خشک فرا گرفته است و هر سـاله بـا افزایش جمعیت، نیـاز به مواد غـذایی بیشـتر می شود. پس بهتر است به فرموده رسول گرامی اسـلام، حرمت خاک و زمین را حفظ و از آن بهتر استفاده کنیم: «حرمت زمین را نگه دارید؛ زیرا زمین به منزله مادر شماست».(۲)

سه ـ جنگل و مرتع

سه ـ جنگل و مرتع

جنگـل و مرتع از بـاارزش ترین منـابع ملی کشور به شـمار می آیـد که در زنـدگی و اقتصاد افراد جامعه جایگاه بسـزایی دارد. جنگـل هـا با تعـدیل هوا، فراهم آوردن فرآورده های صـنعتی، ساختمانی و پزشـکی مورد نیاز و از همه مهم تر، حفظ خاک و پیش گیری از سیلاب و پی آمدهای ناشی از آن، شرایط مساعدی برای زندگی انسان فراهم می آورند. اگر در منطقه وسیعی، درختـان جنگلی قطع شود، پوشـش گیـاهی کـاهش می یابـد که به کاهش بارنـدگی و خشک شـدن خاک و گسترش مناطق بیابانی می انجامـد. به گفته کارشـناسان «اگر جنگلی یک دلار چوب بدهد، می تواند بیش از ۱۱۰ دلار آب بدهد. همین طور بر این باورند که با از بین رفتن هر ۲۶۰ هکتار جنگل، ۷۵۰ نوع

۱- جغرافیای سال دوم، ص ۶۴.

۲- جغرافیای سال دوم، ص ۶۶.

درخت، ۵۰۰ نوع گل، ۱۲۵ نوع پستاندار، ۴۰۰ نوع پرنده، ۱۰۰ نوع پروانه و تعداد بی شماری حشره از بین می رود».(۱)

پس جنگل از باارزش ترین منابع طبیعی است که با هیچ بهایی نمی توان آن را سنجید. در کشور ما متأسفانه روند تخریب جنگل با شدت ادامه دارد، به گونه ای که سالانه چهار درصد جنگل های کشور نابود می شود.(۲) گستره تخریب جنگل به حدّی است که «در طول چهل سال اخیر، سی درصد جنگل های کشور کم شده است و گستره تخریب مراتع به حدّی است که از صد میلیون هکتار در سال ۱۹۷۲م. به نود میلیون هکتار در حال حاضر رسیده است.»(۳) «میزان رویش طبیعی سالیانه جنگل در کشور که هفت متر مکعب در هکتار است، به علت برداشت های غیرقانونی، حداکثر میانگین رویش، به سه متر مکعب در هکتار رسیده است».(۴)

به عبارتی، سالانه میلیون ها متر مکعب از ذخیره چوب و منابع ملی کشور که به راحتی قابل تجدید نیست، برداشت می شود. به این مسئله، آتش سوزی های مکرر را نیز باید اضافه کرد که موجب تخریب سریع تر آن شده است. «در گذشته ای نه چندان دور، حدود یازده تا هجده درصد خاک کشور را جنگل پوشانده بود که این رقم در حال حاضر به ۴/۷ درصد کاهش یافته است.»(۵) در سال های اخیر، این امر از راه ایجاد سیلاب، خسارت های فراوانی به کشور وارد کرده است.

مراتع در تنظیم نظام هیدرولوژیک، آبخیزها، جلوگیری از جریان

۱- مجموعه مقالات و سخنرانی های دومین کنگره ملی بهره وری در ایران، ص ۳۱۸.

۲- روزنامه جام جم، ۲۳/۳/۱۳۸۴، ص ۱.

۳- فصلنامه جنگل و مرتع، سازمان جنگل ها و مراتع کشور، ۱۳۸۳، ش ۶۵، ص ۱۶.

۴- فصلنامه جنگل و مرتع، سازمان جنگل ها و مراتع کشور، ۱۳۸۳، ش ۶۵، ص ۱۹.

۵- جغرافیای سال دوم، ص ۷۶.

سیلاب ها و همین طور تولید علوفه و در نتیجه، تولید گوشت قرمز، محصولات متفرقه دارویی، صنعتی و خوراکی اهمیت فراوانی دارند. در این میان، سرعت تخریب مراتع از جنگل ها هم سریع تر است. «سالانه ۱ تا ۵/۱ میلیون هکتار از سطح مراتع کشور بر اثر نابودی پوشش گیاهی [هر ثانیه ۵۰ متر مربع] کاسته و به مساحت کویر اضافه می شود و اقدامات انجام گرفته، به هیچ وجه کارساز نبوده است.»(۱) شگفت آنکه این روند تخریب، در کشوری روی می دهد که در باورهای دینی مردم، درخت و درخت کاری مقدس است. رسول گرامی اسلام در این زمینه می فرماید:

حتی اگر رستاخیز به پا شود و نهالی در دست یکی از شما باشد، اگر می تواند آن را بکارد، باید بکارد.(۲)

هرکه درختی بنشاند، خدا به اندازه میوه ای که از آن درخت می روید، پاداش برای وی ثبت می کند.(۳)

هرکه درختی بکارد، هر بار انسان یا یکی از مخلوقات خدا از آن بخورد، برای وی صدقه ای ثبت می شود.(۴)

چهار ـ سوخت و انرژی

چهار ـ سوخت و انرژی

انرژی، نیروی حرکت جامعه است. چرخ صنعت و ماشین بر مدار انرژی می چرخد و تولید و مصرف اصولی و منطقی آن، بیانگر رشد و پیشرفت هر کشور است. خوشبختانه کشور ما دارای منابع غنی انرژی به ویژه نفت و گاز است و در زمینه دیگر انرژی ها مانند انرژی آب، باد و انرژی های نو مانند انرژی خورشیدی و زمین گرمایی نیز زمینه و شرایط مطلوبی دارد.

۱- حسین آسایش، اقتصاد روستایی، ص ۱۸۷.

۲- نهج الفصاحه، ص ۲۶۷، ح ۵۶۷.

۳- نهج الفصاحه، ص ۷۰۷، ح ۲۶۷۴.

۴- نهج الفصاحه، ص ۵۷۱، ح ۲۹۲۱.

متأسفانه با بالارفتن استانداردهای زندگی و سطح رفاه عمومی جامعه و افزایش تولیدات و شیوه های غلط مصرف در بخش های مختلف، از جمله مصرف خانوارهای شهری، حمل و نقل، صنعت و کشاورزی، سطح مصرف انرژی در کشور به صورت بی رویه افزایش یافته است. برای مثال، دولت فقط برای وارد کردن بنزین از خارج، سالانه میلیاردها ریال یارانه پرداخت می کند. بر اساس پژوهشی که برای بررسی مصرف انرژی در کشور انجام شده، «مصرف سرانه انرژی در ایران، بالاترین نرخ سرانه دنیاست، به گونه ای که مصرف انرژی در کشورهای پرجمعیتی مانند چین ۳۳ درصد، هند ۱۹ درصد و اندونزی ۱۴ درصد کمتر از ایران است».(۱)

جدول زیر، بیانگر وضعیت بهره برداری از انرژی در بخش های مختلف کشور و همین طور حامل های انرژی در بخش خانگی و تجاری است.

بخش مصرف انرژی

میزان مصرف

سهم حامل‌های انرژی در بخش خانگی و تجاری

میزان مصرف

خانگی

۴۰ درصد

گاز سبک

۵۴ درصد

حمل و نقل

۱/۲۷ درصد

فرآورده های نفتی

۳۷ درصد

صنعت

۶/۲۷ درصد

فرآورده های نفتی

کشاورزی

۹/۴ درصد

برق

۹ درصد

دیگر بخش‌ها

۴/۰ درصد

همان گونه که در جدول(۲) می بینید، بیشترین مصرف کننده انرژی در کشور، بخش مصرف خانگی و حمل و نقل است که کمترین نقش را در

۱- محمود ساعتچی، روان شناسی بهره وری، ص ۲۸.

۲- اطلاعات برگرفته از روزنامه جام جم، ۱۲/۵/۱۳۸۳، ش ۱۲۰۹، ص ۱۰.

تولید به عهده دارند. این درست بر عکس کشورهای توسعه یافته است که بیشترین مصرف انرژی را در بخش صنعت دارند و از این راه، درآمد کسب می کنند. این مصرف بی رویه انرژی در کشور، سالانه افزون بر تحمیل میلیون ها دلار هزینه بر دولت و جامعه و هدر دادن آن، موجب آلودگی محیط زیست می شود. «یک خانواده متوسط شهری، در سال معادل ۵/۱۵ بشکه نفت خام انرژی مصرف می کند و در همین مدت، باعث تولید و پراکنش ۶۷/۴ تن گاز گلخانه ای می شود.(۱) یک خانواده برای پخت وپز، سالانه دو تن گاز گلخانه ای تولید می کند،(۲) درحالی که با بهره گیری از تمام منابع انرژی و شیوه های بهینه مصرف، میزان هزینه ها و آلودگی را می توان کاهش داد.

ی) ضرورت به کارگیری الگوی درست مصرف

ی) ضرورت به کارگیری الگوی درست مصرف

یکی از مهم ترین گرفتاری های جوامع بشری از جمله ایران، رواج فرهنگ مصرف زدگی و تجمل گرایی است که در هر برهه از زمان به گونه ای نمود داشته است. در زمان های گذشته در لباس اشرافی گری، ملوک الطوایفی، خان و خان سالاری و در عصر فعلی در قالب میل به فزون طلبی، تجمل گرایی و مدگرایی مشهود است. این معضل که می توان آن را به بیماری قرن حاضر نیز تعبیر کرد، مانند یک خوره یا موریانه ضمن تلف کردن عمر و وقت و ثروت های جوامع، سبب ایجاد مفاسد و انحراف های زیادی می شود. خشکاندن ریشه فضایل اخلاقی و انسانی، ترویج فرهنگ های پست مانند

۱- اطلاعات برگرفته از روزنامه جام جم، ۱۲/۵/۱۳۸۳، ش ۱۲۰۹، ص ۱۰.

۲- اطلاعات برگرفته از روزنامه جام جم، ۲۶/۵/۱۳۸۳، ش ۱۲۲۱، ص ۱۰.

رشوه خواری، اختلاس، رباخواری، دزدی و فساد و فحشا و هزاران مفسده دیگر از ثمره های این علف هرز است. باارزش شدن ثروت و در پی آن تجمل گرایی در زندگی، تهدیدها و پی آمدهای منفی بسیاری دارد که مهم ترین هدف آن، خدشه دار کردن عدل و برابری و در نهایت، فضایل اخلاقی است.

ازاین رو، مهم ترین هدف ادیان توحیدی و بعثت انبیای الهی و سفارش های حکیمانه آنان و حتی فرقه های غیر توحیدی، تحقق اهدافی همچون عدل و برابری و رفع هرگونه تبعیض و در نتیجه، هموار کردن مسیر دست یابی انسان به ارزش های والای انسانی است.

منشأ اصلی تجمل گرایی، باارزش شدن ثروت و منشأ باارزش شدن ثروت نیز نابرابری های اجتماعی است. بنابراین، دو مسئله اینجا مطرح می شود: علل تبدیل شدن ثروت به ارزش؛ پی آمدهای تبدیل شدن ثروت به ارزش.

آمارها نشان می دهد که از سال ۱۳۶۸ به بعد، افزایش نابرابری و گسترش فقر در جامعه شدت بیشتری یافت. همچنین اقدام هایی در زمینه های مختلف انجام گرفت که برخی از آنها به تشدید نابرابری ها دامن می زد. در طول شانزده سال، از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۷۵ تورم جامعه، حدود شصت برابر شده و در مقابل، حقوق کارمندان، افزایشی در حدود پنج تا ده برابر داشته است. همه این عوامل سبب شد قدرت خرید مردم کاهش و فقر گسترش یابد. پرسش مهم این است که چرا نابرابری افزایش یافته است؟ بر اساس نوعی از طبقه بندی های عنوان شده، نابرابری را می توان به دو دسته تقسیم کرد:

۱. شکاف بین فقیر و ثروتمند در شرایطی به چشم می خورد که وضعیت بیشتر افراد جامعه از نظر اقتصادی بهتر می شود و وضع اقتصادی هر دو طبقه بهبود می یابد، ولی تفاوت بین آنها برای قشر پایین تحمل نکردنی است و افراد ناراضی خواهند شد.

۲. شکاف بین فقیر و غنی در شرایطی است که از نظر اقتصادی، وضعیت آنها سیر نزولی دارد و وضع همگان، بدتر خواهد شد که در این صورت، فقر گسترش می یابد. در شرایط کنونی، این خطر جامعه ما را روز به روز بیشتر تهدید می کند.

در کنار گسترش نابرابری در جامعه، دولت نیز به اقداماتی دست زد که سبب ایجاد نیازهای متنوع و تشدید احساس فزون طلبی در مردم شد. از جمله افزایش واردات کالاهای لوکس خارجی و اتومبیل, ایجاد مناطق آزاد مانند منطقه کیش و گسترش تبلیغات کالاهای تجملی در سطح شهر و رسانه ها، تأسیس دانشگاه آزاد و مدارس غیرانتفاعی، ایجاد ویدئوکلوپ ها و ده ها عوامل دیگر. این اقدام ها بیشتر با هدف سهولت کار رانت خواران اقتصادی و سیاسی سبب سرازیر شدن پول های هنگفتی به جیب مافیاهای اقتصادی شده است که در سرعت بخشیدن به ایجاد این معضل و بیماری، سهیم بودند. برای مثال، می توان مواردی از آنها را به شرح زیر توضیح داد.

۱. بمباران تبلیغاتی کالاها که از در و دیوار شهر گرفته تا روی متروها و حتی بلیت شرکت واحد، مردم را یک لحظه هم به حال خود رها نمی کند. تبلیغ تجمل گرایی و ایجاد نیاز در مردم، از راه پخش سریال های تلویزیونی, تأسیس روزنامه های ژورنالیستی و همچنین گسترش روزافزون ماهواره ها،

در این امر دخالت بسیار داشته انـد. گفتنی است هیچ سیاست مدار متعهد و مردم دوستی در دنیا اجازه نخواهد داد که نیازها بیشتر از درآمـد افراد تحریک کنـد و تبلیغات را در حـد ظرفیت مردم کنترل خواهـد کرد. یکی از رسالت های صداوسیما می کوشد توجه دادن مردم به فرهنگ اصـیل و ملی است. در این میان، با توجه به گسترش ماهواره و تهاجم فرهنگی، صدا و سیما تمام سعی خود را که رغبت و تمایل مردم را به این رسانه های تحمیلی کاهش دهد. ازاین رو، در ابعاد وسیع و بیشتر کمّی، به تولیـد برنامه ها و سریال های تلویزیونی پرداخته که درست در جهت اهـداف متولیان ماهواره ها حرکت کرده است. در واقع، تبلیغ، رواج همان ارزش های مبتذل، تجملی و مصرفی غربی است، آن هم به هزینه داخلی.

۲. ایجـاد تسهیلات قسطی، برای خریـد کالاهـایی که بیشترشـان لوکس و غیرضروری هستند. در نظام اقتصاد قسطی، انسان همیشه برای مصـرف هـای حـال و گذشـته اش بایـد آینـده اش را پیش فروش کنـد. بر این اساس، افراد همیشه از عمرشان کم خواهنـد آورد. آینـده فروشـی، یعنی فروش عمر برای تأمین نیازهایی که بر آدمی تحمیل شـده است، بـدون آنکه به او قـدرت خرید داده شود. در بیشتر موارد، مواقع این نیازها کاذب نیز هستند. در قرن حاضـر، نیاز و اعتیاد انسان به مصرف از یک سو و دست تنگی مالی او سبب شده است سال های عمر خود را پیش فروش کند.

بیان طنز زیر مطالب عنوان شده را ملموس تر خواهد کرد. روزی خانمی از شوهر خود، یک عدد جوراب شیشه ای طلب کرد و مرد که از توقع پایین همسر خود خوش حال شده بود، بلافاصله آن را تهیه کرد. بعد از مدتی زن

به شوهر خود رو کرد و گفت: مرد آیا این جوراب شیشه ای با این کفش به هم می آید؟ مرد پاسخ داد نه و باید کفشی مناسب با آن تهیه کرد. بعد از مدتی زن به همسرش گفت: یک دامن هم اگر تهیه کنم، جوراب و کفش با آن یکدست خواهد شد. همین روال ادامه داشت و کم کم، لباس، رنگ مو، ماشین و خانه هم عوض شد. در نهایت، روزی به شوهر خود گفت: مرد، آیا این ظاهر من با قیافه تو جور درمی آید بهتر است از هم جدا شویم.(۱)

۳. مراکز تجاری مدرن و بزرگ و فروشگاه های زنجیره ای مانند شهروند یا رفاه که به تقلید از کشورهای در حال توسعه یا توسعه یافته ایجاد شده، ولی متأسفانه بر عکس آن عمل کرده است.(۲)

ناگفته پیداست که نیاز، یک پدیده اجتماعی و موضوعی انکارناپذیر است، ولی منشأ آن، محل بحث و مناقشه بین صاحب نظران مختلف اجتماعی است. برخی نیاز را نوعی کمبود ملموس از امکانات مادی و فیزیکی زندگی می دانند و برخی دیگر، با نوعی رویکرد فرهنگی، نیاز را احساس کمبود تلقی می کنند؛ احساسی که ممکن است از باورهای فرهنگی، ارتباطات، رابطه با دیگران، مقایسه خود با آنها یا تبلیغات ریشه گرفته باشد.

آنچه امروز به جریان مصرف گرایی دامن می زند، بیش از آنکه محصول نیازی واقعی و ملموس باشد، نوعی احساس کمبود یا نیاز ذهنی و غیرواقعی است که از اشاعه و تبلیغ فراگیر ارزش های سرمایه داری سرچشمه می گیرد. در نظام های سرمایه داری که هدف کسب سود را دنبال

۱- علی شریعتی، پدر و مادر، ما متهمیم.

۲- محمود قوچانی، مجله و پرتال اینترنتی سپهر، ۱۸ بهمن ۱۳۸۶.

می کننـد، جریـانی از نیـازآفرینی شـکل می گیرد که امکان تعالی نیازهای انسانی را سـلب و پیوسـته او را در گرداب نیازهای سیری ناپـذیر زیستی و مـادی اسـیر می کنـد. در چنین نظـامی، شـاخص توسـعه فردی و اجتماعی، مصـرفِ بیشتر است و میزان پیشرفت جامعه و رشد افراد را با مقدار کالاهای مادی مصرف شده اندازه می گیرند.

در سـطح روابط بین فردی، مصرفِ بیشتر نشانه تفاخر و تشخص اجتماعی است و تکریم و احترام افراد با مقدار و نوع کالاهای مصـرفی آنها برابری می کنـد. به عبارت دیگر، در چنین نظام هایی منزلت انسان ها نیز بر مبنای نیازهای مادی آنها تعریف می شود. مصرف گرایی یا مصرف زدگی شکل غالب رفتار در نظام هایی مبتنی بر ارزش های سرمایه داری است. وقتی در جوامع در حال توسـعه ای چون ایران، این الگوی رفتاری، تقلیـد و به عنوان ارزشـی اجتماعی پذیرفته می شود، پی آمدهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی زیان باری به بار می آورد. اسـراف و هـدر دادن منابع محدود، تشدید احساس محروم ماندن و شـکاف و فاصله طبقاتی، بی توجهی به ارزش های فرهنگی و اجتماعی چون قناعت، از بین بردن روحیه سرمایه گذاری و کار و تلاش و تشویق راحت طلبی و تن پروری، دنباله روی و تقلید، بخشـی از آشکارترین آثار مصرف زدگی در سطح فردی است. مصرف زدگی در سطح کلان اجتماعی نیز آثار مخرّب بسیاری به دنبال دارد که وابستگی و توسعه نیافتگی از مهم ترین آنهاست.

پس از انقلاب اسلامی بر تدوین و تعیین الگوی درست مصرف، به عنوان یکی از آرمان های اجتماعی بسیار تأکید شده است. با این حال،

متأسـفانه در نزدیک به سه دهه ای که از پیروزی انقلاب اسـلامی می گذرد، کمتر در جهت تدوین و تنظیم چنین الگویی گام برداشـته ایم. از آنجا که سازوکار چنـدوجهی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی الگوی مصـرف را در نظر نگرفته ایم، گاه تکلیفی که در این بـاره بر عهـده دسـتگاهی گذاشـته شـده، چون فراتر از توان بوده، به مرور فراموش شـده است. آیا وقت آن نرسـیده است که پس از نزدیک به سه دهه، نگاهی علمی و چندوجهی به الگوی مصرف داشته باشیم و جمعی از استادان، پژوهشگران و نخبگان حوزه های مختلف را برای تدوین الگوی درست مصرف گرد هم آوریم.(۱)

ضرورت تنظیم الگوی درست مصرف را برای یک جامعه، از چند جهت می توان بررسی کرد که برخی از جنبه های آن را در اینجا بیان می کنیم:

۱. اگر شـرایط جامعه به گونه ای باشد که افراد را به سمت مصرف هرچه بیشتر بکشاند، بخش زیادی از منابع درآمد جامعه به مصـرف اختصاص می یابـد. بدیهی است در چنین وضـعی، از سـطح پس انداز کل کاسـته می شود و زمینه لازم برای سـرمایه گذاری فراهم نمی شود. این امر، کاهش تولید و فقر اجتماعی را به دنبال می آورد. ضـعف اقتصادی نیز موجب فقر فرهنگی و انحطاط اجتماعی می شود. این امور در مجموع بر آسـیب پـذیری جامعه در برابر قـدرت های سـلطه گر می افزایـد و اسـتقلال سیاسـی کشور را تهدیـد می کنـد. چنـانچه رفع نیازهای رو به افزایش آن جامعه از راه واردات انجام شود، تأمین ارز مورد نیاز برای خرید از بازار جهانی و شرکت های چندملیتی، روند وابستگی را تشدید می کند.

۱- سایت آفتاب، فریبرز بیات.

۲. در هیـچ جامعه ای، فراوانی مطلق وجود ندارد و عوامل تولید با محدودیت و کمیابی نسبی روبه رو هسـتند. الگوی مصـرف حـاکم بر جـامعه می توانـد به تخصـیص بهینه منـابع و شـیوه به کـار گیری عوامـل تولیـد کمـک کنـد، به گونه ای که نیازهای ضروری و اساسـی را در بر گیرد و بـا اولـویت بنـدی و تشـخیص میزان اهمیـت هر یـک، زمینه لازم را برای اسـتفاده منطقی از امکانـات فراهم آورد. امکانات و توان منـدی های جامعه در هر مقطع زمانی محـدودیت های خاص خود را دارد و میزان نیاز، به سـبب رشد جمعیت، همواره در حال افزایش است. چنین شـرایطی افزایش تولید را می طلبد که در صورت تحقق نیافتن آن، تولید ناچیز کالاها و خدمات را باید بین جمعیتی زیاد تقسیم کرد که جز افزایش فقر نتیجه ای در بر ندارد.

۳. درصورتی که درآمدهای نفتی در دسترس باشد، الگوی مصـرف باید اقتصاد جامعه را به سمتی هدایت کند که هنگام قطع این درآمدها، بتوان اقتصاد جامعه را به خوبی اداره کرد یا در حالتی که میزان این درآمد به سطح پایینی برسد، الگوی مصرف بایـد به گونه ای باشد که جامعه به سـرنوشت کشورهایی چون آرژانتین دچار نشود. این کشور در سال ۱۹۸۴م. با جمعیتی در حدود پنجاه میلیون نفر، پنجاه میلیارد دلار بدهی داشت. بدیهی است میزان وام دریافتی برای تأمین نیازهای یک جمعیت رو به رشـد، هر اندازه کم باشد، به اندازه از دست دادن اسـتقلال کشور ارزش ندارد. بنابراین، نه تنها هنگام کمبود ارز، بلکه هنگام فراوانی آن نیز باید به الگوی مصرف توجه کرد؛ زیرا همان گونه که کمبود ارز

ممکن است بر سطح اشتغال جامعه اثرگذار باشد، فراوانی آن نیز می تواند رونق کاذب و مقطعی فعالیت های اقتصادی و چندشغلی هایی را پدید آورد. به بیان دیگر، در یک اقتصاد وابسته به درآمدهای نفت، کمبود ارز سبب کاهش تولیدات و در نتیجه، تورم می شود و فراوانی آن، همراه رفع نیازهای مصرفی از راه واردات، تراز پرداخت های کشور را تحت تأثیر قرار می دهد. وابستگی اقتصادی را نیز تشدید و استقلال سیاسی کشور را تهدید می کند.(۱)

۱- کمیته برنامه ریزی صنعت استان اصفهان، اطلاعات سیاسی، اقتصادی، سال دوم، بهمن ۱۳۶۶، ش ۵، صص۴۲ و ۴۳.

کتاب نامه

الف) کتاب

۱.آسایش، حسین، اقتصاد روستایی، تهران، پیام نور، ۱۳۷۴.

۲.آوینی، مرتضی، توسعه و مبانی تمدن غرب، تهران، انتشارات حفظ و نشر آثار دفاع مقدس وزارت جهاد سازندگی، چاپ اول، ۱۳۷۲.

۳.بافکار، حسین، روح جاری طبیعت، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۳.

۴.بهره وری در اسلام، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۴.

۵.ترجمه و متن مجموعه ورام، ترجمه: محمدرضا عطایی، مشهد، آستان قدس رضوی، ۱۳۶۹.

۶.تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، غرر الحکم و دررالکلم، قم، انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۶.

۷.حر عاملی، حسن، وسائل الشیعه، مطبعه الاسلامیه، چاپ ششم، ۱۴۰۲ ه_.ق.

۸.حرانی، ابومحمد، تحف العقول، ترجمه: صادق حسن زاده، قم، انتشارات آل علی(ع)، ۱۳۸۴.

۹.حکیمی، محمدرضا، الحیاه، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، بی تا.

۱۰.خلیلیان، محمدجمال، الگوی مصرف در اسلام، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۷۶.

۱۱.دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، سلمان فارسی، ۱۳۶۳.

۱۲.رزاقی، ابراهیم، الگوی مصرف و تهاجم فرهنگی، تهران، انتشارات چاپ پخش، ۱۳۷۴.

۱۳.زارعی، پرویز، بازاریابی و مدیریت بازار، تهران، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.

۱۴.ساعتچی، محمود، روان شناسی بهره وری، تهران، نشر ویرایش، ۱۳۸۰.

۱۵.سلیمان بن اشعث سجستانی، ابی داوود، سنن ابی داوود، بیروت، دارالجنان.

۱۶.سلیمی، محمدحسین، استراتژی فرهنگ توسعه، پیش نیاز استراتژی توسعه اقتصادی، سلسله مقالات سمینار فرهنگ و توسعه.

۱۷.شریعتی، علی، پدر و مادر، ما متهمیم، بی جا، بی تا، بی نا.

۱۸.صحیفه سجادیه، ترجمه: جواد فاضل، تهران، امیرکبیر، بی تا.

۱۹.صداقت، محمود، منابع و مسائل آب ایران، تهران، پیام نور، ۱۳۸۸.

۲۰.طبرسی، حسن بن فضل، مکارم الاخلاق، تهران، الاعلمی، ۱۳۶۷.

۲۱.عروسی حویزی، عبدالعلی، نور الثقلین، قم، المطبعه العلمیه، بی تا.

۲۲.عسکری، محمدتقی، طب الرضا و طب الصادق، ترجمه: کاظمی خلخالی، قم، رئوف، ۱۳۷۱.

۲۳.عظیمی، حسین، مدارهای توسعه نیافتگی در اقتصاد ایران، تهران، نشر نی، چاپ اول، ۱۳۷۱.

۲۴.فروم، اریک، به نام زندگی، ترجمه: اکبر تبریزی، انتشارات مروارید، چاپ دوم، ۱۳۶۱.

۲۵.______________ ، جزم اندیشی مسیحی و جستارهایی در مذهب، ترجمه: منصور گودرزی، تهران، انتشارات مروارید، ۱۳۷۸.

۲۶.فیض الاسلام، علی نقی، نهج البلاغه، تهران، فقیه، ۱۳۶۷.

۲۷.کاسترو، ژوزوئه دوکالترو، ژئو پلتیک گرسنگی، انسان گرسنه، ترجمه: منیر جزنی، تهران، چاپ امیرکبیر، ۱۳۵۲.

۲۸.کلمن، دیوید، اقتصادشناسی توسعه نیافتگی، ترجمه: غلام رضا آزاد، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۲۹.کلینی، محمد بن یعقوب، اصول الکافی، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۵.

۳۰.______________________________ ، فروع الکافی، بیروت، دار الاضواء، بی تا.

۳۱.لستر تارو، رویارویی بزرگ، ترجمه: عزیز کیاوند،

۳۲.لیوپچی، آئور، جهان در آستانه قرن ۲۱، ترجمه: علی اسدی، تهران، سازمان انتشارات آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۷.

۳۳.متقی هندی، علی، کنزالعمال، بیروت، مؤسسه الرساله، ۱۴۱۳ هـ . ق.

۳۴.مجلسی، محمدباقر، بحارالانوار، بیروت، دار احیاء التراث العربی، بی تا.

۳۵.________________________ ، حلیه المتقین، قم، انتشارات هجرت، ۱۳۷۴.

۳۶.مجموعه مقالات و سخنرانی های دومین کنگره ملی بهره وری در ایران، تهران، نشر بصیر، ۱۳۷۵.

۳۷.محمد بن علی بن بابویه، ابوجعفر، من لا یحضره الفقیه، تهران، اسلامیه، ۱۳۶۱.

۳۸.محمدی ری شهری، محمد، میزان الحکمه، ترجمه: محمدرضا شیخی، قم، دارالحدیث، بی تا.

۳۹.موسوی، سیدمهدی، پژوهشی در اسراف یا آفت سرمایه ها، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۸.

۴۰.میرصادقی، نصیرالدین، طب و بهداشت (شرح رساله ذهبیه امام رضا(ع))، تهران، مؤسسه مطبوعاتی معراجی، چاپ پنجم، بی تا.

۴۱.نوریان، مجید، فرهنگ مصرف در اسلام و غرب، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۳.

۴۲.________________، فرهنگ مصرف در اسلام و غرب، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۳.

۴۳.نهج الفصاحه، ترجمه: ابوالقاسم پاینده، تهران، انتشارات جاویدان، چاپ دوم، بی تا.

۴۴.ولفگانگ، زاکس، نگاهی نو به مفاهیم توسعه، ترجمه: فریده فرهی و وحید بزرگی، چاپ اول، ۱۳۷۵.

۴۵.هندی، چارلز، عصر تضاد و تناقض، ترجمه: محمود طلوع، نشر رسا، ۱۳۷۵.

۴۶.هیأت، ضیاء الدین، تورم جهانی، بی جا، بی تا، بی نا.

ب) نشریه

۱.رزاقی، ابراهیم، «پیشنهاداتی در زمینه الگوی مصرف مناسب در کشور» اطلاعات، ۱/۴/۱۳۷۳.

۲.______________ ، «جست وجوی الگوی مصرف مناسب برای خانوار» اطلاعات، ۱۳/۱/۱۳۷۳.

۳.فصل نامه جنگل و مرتع، سازمان جنگل ها و مراتع کشور، ۱۳۸۳، ش ۶۵.

۴.کمیته برنامه ریزی صنعت اصفهان، اطلاعات سیاسی _ اقتصادی، شماره پنجم، سال دوم، بهمن ۱۳۶۶.

۵.ماهنامه صبح، سال دوم، شماره ۶۲.

۶.دادگر، یدالله، مجله نامه مفید، شماره ۱۵.

۷.فصل نامه آب و فاضلاب، اسفند ۱۳۷۲، شماره ۸؛ مهر ۱۳۷۱، ش ۲.

۸.روزنامه همشهری، ۹/۵/۱۳۷۵؛ ۱۵/۱/۱۳۷۳؛ ۱۱/۹/۱۳۷۸، ش ۱۹۹۳، کیهان، ۲۸/۸/۱۳۷۵.

۹.روزنامه اطلاعات، ۳/۴/۱۳۷۶، ش ۲۱۰۸۲؛

۱۰.روزنامه جام جم، ۲۳/۳/۱۳۸۴؛ ۱۲/۵/۱۳۸۳، ش ۱۲۰۹.

ج) جزوه

۱.جهانیان، ناصر، جزوه آسیب شناسی توسعه اقتصادی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، بی تا.

۲.مصباحی، غلام رضا، «جزوه درسی اقتصاد اسلامی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۶۹.

ص:۱۱۶

د) پایگاه الکترونیکی

۱.سایت آفتاب، فریبرز بیات.

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِی الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



قائمیه
مرکز تحقیقات رایانه ای
اصفهان
www
برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشـانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹